

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
POSGRADO EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
BIBLIOTECOLÓGICAS Y DE LA INFORMACIÓN

**“LOS VITIVINICULTORES DE LA REGIÓN DE BAJA CALIFORNIA:
NECESIDADES DE INFORMACIÓN Y COMPORTAMIENTO
INFORMATIVO”.**

PROYECTO PAPIIT IN 404408-3

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
DOCTOR EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN

PRESENTA:
Fermín López Franco

Comité Tutorial

Tutor principal
Dr. Juan José Calva González - IIBI

Cotutores
Dra. Rosa María Fernández Esquivel - IIBI
Dr. Adolfo Rodríguez Gallardo - IIBI



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Tabla de contenido

Introducción	5
1. El uso de la información y la vitivinicultura	13
1.1 necesidades y comportamiento informativo de los agricultores	15
1.1.1 Antecedentes	20
1.1.2 Factores externos	24
1.1.3 Factores internos	26
1.1.4 Tipos de necesidades de información	28
1.1.5 Patrones y tipos de comportamiento informativo	28
1.2 Información sobre la vitivinicultura	31
1.3 Información sobre las cepas blancas y tintas	40
1.4 Información sobre la vitivinicultura en Europa	42
1.5 Información sobre la vitivinicultura en AMÉRICA	64
2. La vitivinicultura en baja california	82
2.1 La historia del vino en México	84
2.2 Antecedentes de la región	91
2.3 Siglo XIX	91
2.4 Siglo XX	92
2.5 Regiones vitivinícolas en el estado	95
2.5.1 San Antonio de las Minas	100
2.5.2 Valle de Guadalupe	105
2.6 Descripción geográfica de la región	113

3. Necesidades y comportamiento informativo de los vitivinicultores de Baja California	116
3.1 Análisis de resultados	117
3.1.1 Necesidades de información de los vitivinicultores.....	121
3.1.2 Comportamiento informativo de los vitivinicultores	126
3.2 Necesidades de información de los vitivinicultores de la región de Baja California	136
3.3 Comportamiento informativo de los vitivinicultores de la región de Baja California	145
Discusión	153
Conclusiones	161
Recomendaciones	166
Bibliografía	167
Enlaces electrónicos	171
Anexo 1	175
Anexo 2	182
Regiones vinícolas de Francia	47
Cómo leer una etiqueta de vino francés	49
Regiones vinícolas de Italia.....	54
Cómo leer una etiqueta de vino italiano	55
Regiones vinícolas de España... ..	61
Cómo leer una etiqueta de vino español	63
Regiones vinícolas de California	68
Cómo leer una etiqueta de vino californiano	69
Regiones vinícolas de Argentina.....	76

Cómo leer una etiqueta de vino argentino	77
Regiones vinícolas de Chile	80
Cómo leer una etiqueta de vino chileno	81
Mapa de Baja California	87
Mapa de los valles San Antonio de las Minas y de Guadalupe en ensenada.....	99
Cuadro 1	140
Cuadro 2	141
Cuadro 3	142
Cuadro 4	143
Cuadro 5	148
Cuadro 6	149
Cuadro 7	150
Cuadro 8	151

Introducción

El comportamiento informativo de los individuos está motivado por las necesidades de información de la persona; está influenciado por aspectos relacionados con el individuo mismo, así como, con situaciones de su entorno laboral, social, académico, etc., que lo rodean.

Así es como Calva menciona que el comportamiento “está delimitado por factores individuales (fisiológicos, emocionales, cognitivos) y sociales, únicamente separables con fines descriptivos, ya que los factores se combinan y condicionan. El comportamiento puede ser comprendido en función de las necesidades que presentan las personas dentro del contexto en el cual ocurre”.

1

Entonces, los patrones en la búsqueda de la información están relacionados con una necesidad de información específica y encaminados a resolver esa necesidad, para ello se toman decisiones para ubicar la información requerida.

Estos factores se relacionan también con los proveedores de información más usados para satisfacer esa necesidad de información, entre los cuales tenemos a las bibliotecas y otras unidades de información, vendedores de información, colegas, revistas, etc.

Por lo tanto, el comportamiento informativo puede abarcar los hábitos, costumbres, actitudes, procedimientos y habilidades, que se manifiestan

¹ Calva González, Juan José. “Las necesidades de información de la comunidad académica como base en el desarrollo de las colecciones”. – En : 1er. Seminario Internacional de Desarrollo de Colecciones. – México : UNAM, CUIB, 1998. – P. 52

durante la búsqueda y/o localización de la información, así como también incluye la utilización de las fuentes y recursos informativos.

Así es como, el usuario presenta un comportamiento informativo cuando “tiene una necesidad de información y busca satisfacerla, razón por la cual puede acudir, entre otras opciones, a una biblioteca, o bien, dirigirse a otros recursos o fuentes informativos”.²

Tomando como base lo mencionado anteriormente, ésta investigación tiene como objetivo identificar las necesidades de información y comportamiento informativo de los vitivinicultores, es decir, los aspectos por los cuales requieren de información y la forma en que la obtienen, dado que se considera importante que la bibliotecología como disciplina social se acerque a sectores no sólo académicos, sino también a sectores productivos.

El interés en la realización de indagar acerca de las necesidades de información y comportamiento informativo de los vitivinicultores parte de la búsqueda de información acerca del tema, lo cual no fue posible, sólo se logró ubicar investigaciones acerca de comunidades de agricultores. Se consideró la importancia de indagar a los productores del vino en México, en especial, los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe ya que aquí se encuentran algunos de los productores más importantes de nuestro país.

² Calva González, Juan José. “Las necesidades de información: la difusión de estudios en las Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía”. – En : Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía (32: Jalapa, Ver. 2001). – p. 234

Cabe reiterar que en esta investigación se pretende identificar la necesidad que tienen los vitivinicultores, para la búsqueda y recuperación de información, en que formatos la requieren, edad del material e idioma.

El estado de la cuestión sobre las necesidades de información en las necesidades de información y comportamiento informativo en los vitivinicultores se ubicó información en la agricultura en la cual se basó la presente investigación ya que fue el área más cercana para tener elementos en los que fundamentar el trabajo de tesis.

Aun buscando información sobre los agricultores y granjeros en otros idiomas es poco lo que hay sobre necesidades de información y comportamiento informativo en las ciencias agrícolas y biológicas.

Autores como Nason, Simon y Kuruppu que tratan sobre las necesidades de información de los granjeros, los estudiosos en ciencias agrícolas y biológicas y la forma en que son apoyados por la biblioteca, con estos trabajos fue posible tener un parámetro de las necesidades de los granjeros y los vitivinicultores.

Antes de iniciar ésta investigación se partió de los siguientes aspectos:

- Es preciso investigar sobre los aspectos que intervienen en el comportamiento informativo ya que esto permitirá identificar la forma en que se manifiesta por parte de los vitivinicultores.
- Es importante resaltar que este trabajo no sólo indagará sobre la siembra, cuidado y cosecha de la vid, sino que pretende obtener información acerca de dónde y cómo obtienen los vitivinicultores su

información para aspectos como, la elaboración y distribución del vino y su comercialización.

De lo anterior surge el planteamiento del problema en los siguientes cuestionamientos:

- ¿Cuáles son las necesidades de información que presentan los vitivinicultores de la Vid para mantener la producción y calidad del producto?
- ¿A qué fuentes y recursos de información acuden los vitivinicultores de Vitis Vinífera al buscar la información en la región de Baja California para satisfacer sus necesidades informativas?
- ¿Qué variables intervienen en la aparición de las necesidades de información de los productores de Vitis Vinífera en la región de Baja California?
- ¿Qué variables intervienen en la manifestación de los tipos y patrones de comportamiento informativo de los productores de Vitis vinífera en la región de Baja California?

La presente investigación tiene el fin de dar respuesta a las cuestiones planteadas y de obtener resultados que permitan adentrarse en el conocimiento de esta comunidad agroindustrial en México, es que se plantean los siguientes objetivos:

- Ubicar a donde acuden los productores de la vid para identificar el comportamiento informativo.
- Identificar las necesidades de información de los productores vitivinicultores en la región de Baja California en las cuales se cultiva la Vitis vinífera.
- Establecer las variables que motivan la aparición de las necesidades de información de los vitivinicultores de Vitis vinífera para su producción y elaboración del vino.

- Identificar tipos y patrones de comportamiento en la búsqueda de información de los vitivinicultores para la siembra, cosecha, procesamiento, embotellado y comercialización del producto.
- Ubicar a que fuentes y recursos de información acuden para satisfacer su necesidad informativa para la siembra, cosecha, procesamiento, embotellado y comercialización del producto.
- Describir la situación geográfica de la región donde se encuentran los cultivos de *Vitis vinífera*.

Tomando en cuenta los objetivos y el planteamiento del problema, así como la literatura que se encontró hasta el momento, para el presente trabajo se plantean las siguientes hipótesis:

- La información sobre normas, regulaciones, situación geográfica (clima, suelo) son un factor externo que determina el trabajo de los productores vitivinícolas en México con respecto a la siembra, cosecha, producción y comercialización de la *Vitis Vinifera* y sus productos para mantenerse en el mercado competitivo con los demás productores mexicanos y extranjeros.
- La falta de accesibilidad a los recursos y fuentes de información y la carencia de sistemas de información para la atención de las necesidades informativas de este tipo de productores de la Vid afecta los procesos que intervienen en la producción de los derivados de esta planta.

La metodología para la realización de la presente investigación es la siguiente:

- Investigación documental y análisis crítico.
- Investigación de campo

La técnica que se utilizó es la encuesta ya que se consideró que es la más adecuada para el tipo de comunidad que se va a investigar, además que con

ello se puede obtener más información de la actividad que desarrolla este sector.

Por lo que respecta a la estructura de este trabajo de investigación, se divide en tres capítulos, los cuales se detallan a continuación:

En el primero se menciona brevemente aspectos relacionados con las necesidades de información y el comportamiento informativo, se aborda además aspectos relacionados con la vitivinicultura y el desarrollo de ella en países europeos como Francia, Italia y España, así como en países de América dentro de los cuales se menciona a Estados Unidos, Argentina y Chile, esto con el fin de comprender la vitivinicultura y en su caso compararlo con el caso de México.

En lo referente al segundo capítulo, este aborda la vitivinicultura en el estado de Baja California, en particular los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe, tratando en primera instancia, el desarrollo de ésta industria a lo largo del tiempo y haciendo una reseña de las compañías vinícolas asentadas en dichos valles.

En el capítulo tres se presentan los resultados de la investigación, en la cual se describe que se acudió directamente a los vitivinicultores, se presenta el diseño de la cédula de entrevista con preguntas semiestructuradas, llevando a cabo un acercamiento completo a los sujetos de investigación, sus necesidades de información y comportamiento informativo.

Por lo que respecta a la bibliografía, fue difícil localizar material bibliográfico que trate el tema de la historia de la vitivinicultura en los valles mencionados, existen libros sobre la historia del vino en general y en particular en el caso de México, donde se habla de la historia de la vid, el porqué de su cultivo, es importante destacar que algunos de los vitivinicultores del valle de San Antonio de las Minas se cuestiona sobre el particular para ofrecer esa información a los visitantes de las vinícolas.

Esta investigación es un aporte a la bibliotecología ya que lamentablemente los bibliotecólogos consideramos usuarios a los integrantes de comunidades académicas, estudiantes en distintos niveles, y la realización de este trabajo permite tener una visión distinta en sectores agrícolas, indígenas, vinícolas. Cada sector de la sociedad tiene sus necesidades particulares de información y la forma en que la buscan es desconocida para la disciplina, por ello es que el bibliotecólogo en su formación profesional debe de adquirir los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de información y el comportamiento informativo de las diferentes comunidades para proporcionarles la información en los soportes necesarios que se adecuen de mejor forma a ellos.

Uno de los aportes de la bibliotecología a la presente investigación es que debe de convertirse en soporte de las disciplinas y adecuarse a los usuarios de la información, en este caso a la comunidad de vitivinicultores de los valles de Guadalupe y de San Antonio de las Minas, además de que se debe de observar la forma en que esta comunidad procesa la información que requiere y la manera en que se transmite a sus integrantes, además de lo siguiente:

1. Los sistemas de información, llámese bibliotecas o centros de información, o documentación deben de ser diseñados de acuerdo a las características de las personas que hacen uso de la información vinícola.
2. El profesional de la bibliotecología debe de estar al tanto de qué es lo que necesita la comunidad de vitivinicultores y la forma en que buscan dicha información para proporcionarle a las personas los temas que requieren en los formatos que sean más adecuados.
3. Desarrollar los servicios adecuados con base en las características de los vitivinicultores y los instrumentos para darlos a conocer.

Además del apoyo a los vitivinicultores, la bibliotecología puede darse a conocer apoyando a las comunidades indígenas, industriales, ya que lamentablemente este fue uno de los aspectos que les llamó la atención a los vitivinicultores, que los bibliotecólogos se interesaran en sus actividades.

1. El uso de la información y la vitivinicultura.

Los vitivinicultores manifiestan sus necesidades información y comportamiento informativo, pero no se conocen en forma clara los aspectos de este proceso, como por ejemplo, no se tiene la certeza del lugar y las fuentes de información para llevar a cabo sus diferentes actividades como son la selección de la uva de acuerdo a la zona, la siembra, cosecha, producción y comercialización de la vid, además del embotellamiento de sus productos.

Pero antes de continuar se debe reflexionar en torno a los factores internos como su formación académica, los idiomas que domina, actualidad de los materiales que consulta y los factores externos como por ejemplo, su contratación en la compañía en que desempeña.

Para remarcar la importancia del sujeto y sus necesidades de información Calva menciona que “son uno de los objetos principales de la bibliotecología y de las instituciones informativas que son las encargadas no sólo de establecer la conservación de la información sino también de satisfacer tales necesidades”,³ en los sujetos o usuarios que atienden.

En este sentido, es importante destacar que se considera a la comunidad citada anteriormente, los vitivinicultores, como usuarios de información, de allí parte uno de los objetivos del presente trabajo al ubicar la forma en que manifiestan sus necesidades de información y comportamiento informativo.

³ Calva González, Juan José. “Las necesidades de información: la difusión ... Op. Cit. – P. 232

De lo expresado anteriormente se desprende un aspecto más para indagar que es el entorno de los vitivinicultores, al ser un sector productivo y que la bibliotecología como disciplina pueda apoyar sus actividades, ya que al existir en México en diferentes regiones casas productoras de vino, y que “en materia de empleos, los vitivinicultores en conjunto generan **9 mil 500 fuentes de trabajo**, repartidos en 4 mil 500 empleos directos (incluidas las fábricas, oficinas y laboratorios de producción) y casi 5 millones de jornales (campo vitícola, manuales y otros servicios)”.⁴

Dada la importancia de la industria vinícola en nuestro país es importante destacar que algunos de los viñedos más grandes e importantes se encuentran en la línea fronteriza del norte de México, desde Mexicali hasta Ensenada, en el estado de Baja California, donde el fruto de la vid crece para llegar convertida en vino hasta las mesas mexicanas. Cercana a Ensenada se encuentra la Ruta del Vino que abarca principalmente los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe.

⁴ “Profesionales del vino mexicano y de las vinícolas en México”
<http://vinosdemexico.homestead.com/vinicolas.html> 1-jun-2008

1.1 Necesidades y comportamiento informativo de los agricultores.

Una necesidad de información es un término creado artificialmente para expresar que las personas requieren de información para desarrollar sus diferentes actividades.

“Las necesidades de información surgen de una motivación para buscar, recuperar y usar la información la cual tiene un carácter eminentemente utilitario y de producción. Aún para los investigadores que aparentemente utilizan información sin fines prácticos e inmediatos, ésta utilización está fundamentada en la necesidad de producir conocimiento, o simplemente para apoyar la toma de decisiones”.⁵

Por otro lado Calva menciona que una necesidad de información “es la carencia de conocimientos e información sobre un fenómeno, objeto, acontecimiento, acción o hecho que tiene una persona, razón por la cual siente una insatisfacción, la que se ve motivado a satisfacer”.⁶

Con lo anterior se puede reafirmar que el concepto de “necesidades de información” es un término abstracto construido expresamente para identificar lo que un individuo a manera personal, profesional, etc, requiere para satisfacer su carencia de información y conocimiento, y así obtener el o los documentos con información que registre la demanda y así satisfacer dicha necesidad.

⁵ Terminología relacionada con los estudios de usuarios”. – En : Seminario Latinoamericano sobre Formación de Usuarios de la Información y Estudios de Usuarios. – México : CUIB, 1997. – p 3.

⁶ Calva González, Juan José. Las necesidades de información: su naturaleza, su manifestación y detección. – México : El autor, 1988. (Tesis de Maestría) – UNAM, Facultad de Filosofía y Letras -- p. 60

De lo anterior se puede expresar que las necesidades de información surgen de los siguientes factores:

- Medio ambiente.
- Características personales del individuo.
- Actividad y lugar donde desarrolla su actividad.

En relación a lo anterior se puede comentar que la necesidad de información surge para un propósito determinado que tiene que ver con el fin que tendrá la misma.

Hasta el momento se ha tratado sobre el aspecto de las necesidades de información, pero que sucede con el comportamiento informativo, que es la forma en que se busca la información en fuentes, recursos y los formatos en que los sujetos esperan satisfacer dicha necesidad.

Calva menciona que el comportamiento “está delimitado por factores individuales (fisiológicos, emocionales, cognitivos) y sociales, únicamente separables con fines descriptivos, ya que los factores se combinan y condicionan. El comportamiento puede ser comprendido en función de las necesidades que presentan las personas dentro del contexto en el cual ocurre”.

7

De acuerdo al párrafo anterior se infiere que el comportamiento informativo surge de las necesidades que tiene el individuo y se manifiesta en la forma en que acude a las fuentes y formatos que tienen la información que requiere.

⁷ Calva González, Juan José. “Las necesidades de información de la comunidad académica como base en el desarrollo de las colecciones”. – En : 1er. Seminario Internacional de Desarrollo de Colecciones. – México : UNAM, CUIB, 1998. – P. 52

Existe un aspecto importante que menciona Calva y es la influencia que sobre el comportamiento del sujeto, tiene “el hecho de que su búsqueda de información está delimitada por los obstáculos de la accesibilidad a la información disponible en las bibliotecas o al estado en que se encuentra el desarrollo de su colección”.⁸

Como se ha observado hasta el momento el comportamiento informativo abarca los hábitos, costumbres, actitudes, procedimientos y habilidades, que se manifiestan durante la búsqueda y/o localización de la información, así como también incluye la utilización de las fuentes y recursos informativos.

El comportamiento en la búsqueda de información se define como “todo el proceso que realiza una persona para encontrar información, entre las actividades que se realizan durante este proceso encontramos las siguientes:

- ❑ Determinar su necesidad de información.
- ❑ Transformar esta necesidad en palabras o puntos de acceso que estén incluidas dentro del sistema, (autor, título, palabras clave, etc).
- ❑ Plantearle esta necesidad a algún sistema de información.
- ❑ Solicitar a los especialistas de ese sistema que busquen y encuentren la información que requiere (tipo de búsqueda delegada).
- ❑ Realizar las búsquedas en forma personal (tipo de búsqueda directa).
- ❑ Utilizar herramientas secundarias: catálogos índices, resúmenes, bibliografías, etc.
- ❑ Ir directamente al acervo y tratar de encontrar el material.
- ❑ Buscar dentro de las colecciones personales.

⁸ Calva González, Juan José. “Las necesidades de información de la comunidad ... Op. Cit.. – P. 53

- Hacer contacto con colegas (colegios invisibles, medios informales de comunicación).
- Asistir a eventos académicos (medios informales de comunicación).
- Obtener información de referencias y citas”.⁹

Con relación a los aspectos mencionados anteriormente surgen las interrogantes a dónde y con quién acuden a solicitar información los vitivinicultores, es decir, si acuden a publicaciones del área, algún especialista en enología, etc.

Por su parte, Eskola define el comportamiento informativo como “la derivación de una necesidad en la que influyen la percepción individual de la necesidad, también a los factores que afectan la respuesta individual y el proceso o la acción que involucra la respuesta”.¹⁰

También existe un modelo presentado por Kuhlthau, quien identifica seis etapas en el proceso de búsqueda de información hacia donde los buscadores de información se mueven de la senda de la incertidumbre para la construcción del entendimiento.

Dicho modelo menciona los siguientes pasos:

- Iniciación, va de los sentimientos a la incertidumbre.
- Selección, aquí se identifican las posibles fuentes de información.

⁹ Hernández Salazar, Patricia. “La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios. – En : Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información. – Vol. 15, No. 30, 2001. – p. 39

¹⁰ Eeva-Liisa Eskola. “University student’s information seeking behavior in a changing learning environment –How are students’ information needs, seeking an use affected by new teaching methods”
En : <http://www.shef.ac.uk/~is/publications/infres/isic/eeskola.html> 11-08-2003

- Exploración, la persona explora la información general y escoge un tópico; sentimientos de incertidumbre y confusión incrementan esta etapa y al mismo tiempo la incapacidad de expresar concretamente que información se requiere.
- Formulación; ésta es la parte más crítica del proceso donde el buscador de la información se enfoca a la solicitud.
- Recolección; éste es posterior a la formulación, aquí se clarifica la incertidumbre en la cual se encontraba el solicitante de información, aquí se encuentra en una etapa de confianza y claridad respecto a lo que solicita y es aquí donde se obtiene la información.
- Presentación; en ésta etapa en la cual la búsqueda está completa y se expone el trabajo realizado con la información obtenida a lo largo del proceso”.¹¹

En estas seis etapas, que refieren al comportamiento informativo y los usuarios que requieren de información las lleven plenamente a cabo.

Para Krikelas, el comportamiento en la búsqueda de información es la actividad que un individuo emprende en la identificación de un mensaje que satisfaga su necesidad de información.¹²

En una palabra, se puede decir que, son las acciones, métodos o estrategias que una persona utiliza con el fin de localizar la información que necesita y que el comportamiento es el resultado de dicha necesidad que está motivada por los factores externos e internos del individuo y que dicha necesidad tiene que ver con aspectos sociales, familiares o laborales del individuo.

¹¹ Attfield, Simon. “Information seeking in the context of writing: a design psychology interpretation of the problematic situation”. En : Journal of Documentation. Vol. 59, No. 4, 2003. – p. 432

¹² Krikelas, J. “Information Seeking Behavior: Patterns and Concepts” En: Drexel Library Quarterly. – Vol. 19, No. 2, 1983.—p. 6

Una definición más adecuada del comportamiento en la búsqueda de información es la que proporciona Ucak, que es cualquier actividad de un individuo dirigida a identificar un mensaje que satisfaga una necesidad percibida como tal. En otras palabras la búsqueda de información comienza cuando alguien se da cuenta de que el nivel actual de conocimientos que posee es menor del que necesita para afrontar una cuestión (o un problema).¹³

En efecto como se ha mencionado el individuo busca información al percatarse que posee poca información y conocimiento para afrontar sus actividades laborales, recreativas etc., lo que lo motiva a seguir un camino determinado en la búsqueda de la misma y aplicarla al propósito que el individuo se ha establecido.

1.1.1 Antecedentes.

En particular no se han encontrado estudios sobre las necesidades y el comportamiento informativo de la comunidad de vitivinicultores en un país determinado.

Se han ubicado trabajos que tratan sobre las necesidades y el comportamiento informativo en el área de la agricultura y necesidades de información de campesinos.

¹³ Ozenc Ucak, Nazan. Necesidades de información y comportamiento para la búsqueda de información entre los estudiosos de una Universidad Turca. – En : <http://www.ifla.org/IV/ifla64/041-112s.htm> 21-10-2002

Las ciencias biológicas y agrícolas son áreas muy cercanas al tema de la vitivinicultura, ya que examinan aspectos fundamentales de los sistemas vivos y su relación con el medio ambiente, mientras que las ciencias agrícolas se enfocan a aspectos nacionales y globales de la producción y el consumo de alimentos.¹⁴

Con base en lo anterior, existe una relación entre ambas disciplinas por que son áreas cercanas y ofrecen las mismas características para su estudio, ya que se han realizado estudios de necesidades de información y comportamiento informativo de físicos, geólogos, pero desafortunadamente no del área vinícola y por esta razón se estudia a los usuarios del área agrícola para entender sus actividades.

El estudio de Kuruppu tiene por objetivos examinar las necesidades de información de científicos del área de la biología y la agricultura en la Universidad estatal de Iowa, relacionados con la enseñanza, investigación y actividades de extensión.

Los cuestionamientos de los que parte Kuruppu, para llevar a cabo su trabajo son los siguientes:

- ¿Cuál es el tipo de información que utilizan los científicos de las áreas biológica y agrícola?
- ¿Qué fuentes utilizan ambas comunidades?
- ¿Qué herramientas y procedimientos utilizan para localizar su información?

¹⁴ Kuruppu, Pali U. “Understanding the information needs of academic scholars in agricultural and biological sciences”.—En :The Journal of Academic Librarianship. . Vol. 32, No. 6, 2006. – p. 609

- ¿Qué fuentes y servicios adicionales les gustaría tener disponibles para encontrar su información?¹⁵

De los cuestionamientos que plantea Kurappu, se observa que en ellas incluye necesidades y comportamiento en la búsqueda de información, y menciona los motivos por los cuales los investigadores requieren de información y las fuentes a los que acuden para localizarla.

Por su parte Nason, menciona la contribución de los agricultores en la economía de los Estados Unidos y señala que los agricultores en el mundo tienen necesidades similares a las de sus colegas norteamericanos, como son el tipo de suelo de los campos de cultivo, el clima y necesitan acceder a tecnología agrícola, obtención de créditos y mercado de precios.¹⁶

Los aspectos que menciona Nason y que requieren los granjeros son los siguientes:

- Información sobre métodos de agricultura.
- Legislación y políticas operaciones agrícolas.
- Políticas de mercado.

Las fuentes a las que alude Nason y en las que busca su información la comunidad citada son las siguientes:

- ❖ Fuentes electrónicas, entre las que se encuentra la base de datos PLANTS, AGRICOLA.
- ❖ Radio y televisión.

¹⁵ Kurappu, Pali U. "Understanding the information needs of academic ... Op. Cit.. – p. 611

¹⁶ Nason, Lisa. "The farmers in the library: information needs of farmers and how the rural public library can fulfill them".—19-45 p. – En: Rural Library. – Vol. 27, No. 2, 2007. – p. 20

- ❖ Publicaciones para granjeros y agricultores.
- ❖ Bibliotecas.
- ❖ Servicios Cooperativos.
- ❖ Estaciones experimentales.¹⁷

Se observan las distintas fuentes a las que puede acudir un agricultor y se aprecia la variedad de recursos que consulta el sujeto cuando requiere información, además de la biblioteca.

En el ámbito latinoamericano Jofré menciona que “los campesinos requieren información para resolver cuestiones como: información sobre la actividad silvoagropecuaria y para el profesional de la actividad”.¹⁸

Este autor hace una reflexión diciendo que al igual que otras actividades y profesiones se requieren los dos aspectos mencionados anteriormente, ya que la investigación es un ámbito de la actividad y obliga al desarrollo profesional y a su vez, su sistematización exige a la investigación el desarrollo de la actividad.

Llama la atención que menciona que la actividad del campesino es subvalorada o denigrada por la sociedad mencionando algunas consecuencias:¹⁹

- Desconocimiento y desaprovechamiento del bagaje cultural y técnico campesino.
- Imposición abusiva de otros técnicos hacia nosotros.
- Desaprovechamiento de recursos públicos y privados.

¹⁷ Nason, Lisa. “The farmers in the library: information needs of farmers ... Op. Cit.. – p. 24

¹⁸ Jofré Fuentes, Omar. “El campesino como usuario de la información”. -- 109-111 p. – En: Revista de la Asociación Interamericana de Bibliotecarios, Documentalistas y Especialistas en Información Agrícola. – Vol. XIV, No. 2, 1993. – p. 110

¹⁹ Jofré Fuentes, Omar. “El campesino como usuario de la... Op. Cit.– p. 110

- La indolencia significativa del sector público y privado en validar nuestra tecnología como base de mejoramiento y desarrollo de nuestra propia tecnología.

Por lo expresado en los párrafos anteriores se pudo establecer lo que son las necesidades de información y el comportamiento informativo en especial del área de biología y la agricultura, y se recabaron las necesidades y las fuentes de información a las que acuden los agricultores, lo cual nos permite darnos una idea de lo que puede ocurrir con los vitivinicultores.

1.1.2 Factores externos.

Los factores externos que influyen en las necesidades y comportamiento informativo de los vitivinicultores no se tienen plenamente identificados, ya que no existen estudios que traten sobre el tema, se ubicaron estudios relacionados con la agricultura y los granjeros.

Estos factores no se mencionan claramente en la comunidad de viticultores ni en la de los agricultores, en estudios realizados se menciona que son los que influyen en las necesidades y la búsqueda de información.

Son factores que influyen en el individuo al momento de identificar que tiene una necesidad de información y que afecta de manera importante como es el caso del aumento de la literatura en cualquier área, ya que ello representa una serie de conocimientos que el individuo debe poseer al menos en la teoría para desarrollar una estrategia de la búsqueda de información que requiere, la

situación laboral en la empresa o institución donde labore, así como su situación social.

Núñez menciona que las necesidades peculiares de información son de carácter objetivo (subconjunto de las necesidades totales) que para cada usuario o lector en un momento dado, están determinadas por:

- “El contenido de la actividad, que realiza el usuario o lector, lo cual define la temática de la información que se necesita para la realización de dicha actividad.
- La estructura de la actividad, de estudio, de recreación, creadora.
- Las condiciones, para la realización de las mismas.
- Las características socio-psicológico-culturales del usuario, lector, categoría o comunidad de los mismos. Cuando la actividad que genera la “necesidad informativa” es propiamente una actividad creadora, este determinante constituye lo que llamamos potencial creador, que son las características de personalidad relacionadas con el trabajo creativo, tales como: nivel de conocimientos, habilidades, capacidades, tipo de temperamento, rasgos del carácter y motivos hacia el trabajo creador”.²⁰

Para puntualizar más este aspecto Calva señala que “el medio ambiente que rodea al individuo, en el lugar en que se encuentre, lo presiona a que presente necesidades de información y que entonces junto con el conocimiento de este

²⁰ Núñez Paula, Israel A. “Enfoque socio-psicológico de los niveles de existencia de las necesidades de formación e información y sus implicaciones para una metodología de estudio”. – En : EIDISIS. – Vol. 2, no. 2 (1995). -- P. 24

medio ambiente que rodea a la persona y de las particularidades de cada una de ellas”.²¹

1.1.3 Factores internos.

Por lo que respecta a los factores internos, estos refieren a las características particulares de cada persona:

- Conocimientos.
- Experiencias.
- Habilidades.
- Capacidades.
- Factores psicológicos o emocionales.

“Los factores internos son las características individuales que se encuentran ubicadas en el cerebro y son precisamente las que marcan las diferencias entre las personas:

- a) Conocimientos:
 - Sobre su actividad.
 - Sobre el lugar donde vive.
 - Actualización de sus conocimientos académicos.
 - Idiomas que domina.
 - Especialidad dentro de su trabajo o disciplina.
 - Erudición.

- b) Experiencia:
 - En su actividad.
 - Para sobrevivir en su medio.
 - En la investigación y docencia.

²¹ Calva González, Juan José. Las necesidades de información: su naturaleza Op. Cit. p. 57

- En los pasos que sigue habitualmente para su actividad.
- c) Habilidades, hábitos y capacidades:
- De lectura.
 - De uso de los recursos informativos.
 - Capacidad de análisis, síntesis, aprendizaje, de abstracciones, etc.
 - Facilidad de comunicación.
 - Capacidad lingüística.
- d) Intereses personales.
- e) Motivación hacia sus actividades personales y de trabajo.
- f) Personalidad: Temperamento, carácter, introvertido, extrovertido, facultades.
- g) Ambiciones.
- h) Nivel educativo.
- i) Estatus social, nivel jerárquico del sujeto e su lugar de trabajo, papel que desempeña en su actividad laboral y en grupo.
- j) Metas y objetivos personales”.²²

En esta serie de aspectos se pone de manifiesto la variedad de situaciones que afectan al individuo, al momento de desarrollar sus actividades y, que son sus conocimientos de su área de trabajo, la experiencia que tiene en ella, así como sus habilidades y capacidades.

1.1.4 Tipos de necesidades de información.

²² Calva González, Juan José. Análisis de las necesidades de información documental: teoría y métodos. – Madrid : El autor, 2001. – (Tesis de Doctor). – Universidad Complutense de Madrid. -- p. 95

La información que requieren los vitivinicultores para el desarrollo de sus actividades no se expresan claramente ya que no existen trabajos que aludan a dicha comunidad, pero puede inferirse de lo que necesitan los agricultores:²³

- Información sobre siembra y cosecha.
- Economía y administración de la granja.
- Mercadotecnia
- Direcciones de expertos

Por su parte Nason menciona algunas necesidades de información de los agricultores, entre las que se mencionan se encuentran las siguientes temáticas:

- Información sobre métodos de cultivo.
- Legislación agrícola.
- Tendencias del mercado.

1.1.5 Patrones y tipos de comportamiento informativo.

En lo que respecta al comportamiento en la búsqueda de información sucede la misma situación que en el caso de las necesidades, no existe información de este tipo de usuarios, la información encontrada se relaciona con la agricultura.

24

Las fuentes de información a las que acuden los vitivinicultores:

- Colección personal de libros.
- Contacto con colegas.

²³ Osei Simon K. A study of the information needs of agricultural extension agents in Ghana. – En : Quarterly Bulletin. – Vol. 51, No. 2, 2006. – p. 82

²⁴ Osei Simon K. A study of the information needs of agricultural ... Op. Cit.. – p. 86

- Contacto con supervisores.
- Contacto con investigadores.
- Sesiones de entrenamiento.
- Granjeros.
- Bibliotecas.
- Centros de Información Agrícola.
- Televisión.
- Radio.
- Periódicos.
- Revistas.

También Nason menciona algunas fuentes a las que acuden los granjeros y son las siguientes:²⁵

- Recursos electrónicos para granjeros.
- Radio y televisión
- Publicaciones.
- Servicios de cooperación.
- Estaciones experimentales agrícolas.

A lo largo del presente capítulo se han presentado aspectos relacionados con las necesidades de información y el comportamiento informativo, por lo que respecta a ambas se proporcionan definiciones se incluyen factores internos y externos de los individuos que afectan en su necesidad y comportamiento en la información que demandan, así como en la forma y las fuentes en que buscan su información, así mismo se presentan modelos de comportamiento informativo.

²⁵ Nason, Lisa. "The farmers in the library: information needs of farmers ... Op. Cit.. – p. 24

Un aspecto relevante en la realización de este trabajo es la escasez de información en lo referente a necesidades de información y comportamiento informativo en la vitivinicultura, para resolver ésta problemática se acudió a buscar información relacionada con agricultores y personas del área biológica que tienen cierta relación con la vitivinicultura, autores como Nason y Kurappu, proporcionan en sus trabajos la información que requieren los granjeros, así como las fuentes y recursos a los que acude dicha comunidad, desafortunadamente en no existen muchos trabajos en América Latina a este respecto.

Pero con el fin de tener una idea más precisa de la industria vinícola se profundizó en buscar información relacionada con la historia del vino, las características de la vid y el género al que pertenece, los suelos en los que puede crecer dicha planta.

Además de lo anterior se indagó presenta con mayor detenimiento información de la industria vitivinícola en países europeos como Francia, España e Italia; en el caso del continente americano se seleccionó a Estados Unidos, Chile y Argentina, la información que corresponde a las zonas vinícolas, variedades de uva que se cultivan en dichos países, además de presentar mapas de las regiones para una mejor ubicación. Finalmente se describen variedades de uvas blancas y tintas, todo esto con el fin de relacionar la información de la industria vinícola con las necesidades de información y el comportamiento informativo de los vitivinicultores en México.

Por lo anterior se considera que se tendrá una visión más amplia para entender la industria de dichos países europeos y americanos. A partir de la industria vitivinícola en México.

1.2 Información sobre la vitivinicultura.

Para comprender a los vitivinicultores se hace necesario conocer diversas definiciones para comprender a la industria vinícola.

En las obras consultadas se menciona que no es fácil seguirle la pista al vino desde su nacimiento. La historia de esta bebida y el desarrollo de la civilización han estado ligados desde siempre por esto, determinar con precisión quién, dónde y cuándo se elaboró el vino por primera vez, sería tanto como averiguar cómo se inventó la rueda, algo que en ambos casos pudo haber sido obra de la casualidad; tal vez un hombre que comió uvas con inicios de fermentación al haber sido almacenadas por largo tiempo, experimentó un sopor desconocido que le gustó y con su ingenio innato, descubrió como repetirlo.

El cultivo de la vid para la producción del vino es una de las actividades más antiguas de la civilización, probablemente contemporánea al comienzo de ésta.

Existe evidencia que los primeros cultivadores de viñas y productores de vino, se encontraban en la región de Egipto y Asia Menor, durante el neolítico. Al mismo tiempo que los primeros asentamientos humanos permanentes

empezaron a dominar el arte del cultivo y la cría de ganado, así como el de la producción de cerámica.

Pero, antes de continuar es conveniente mencionar la definición de uva, vitivinicultura y la enología, las cuales se presentan a continuación:

La uva es una fruta obtenida de la vid. Las uvas, granos de uva, vienen en racimos y son pequeñas y dulces. Se comen frescas o se utilizan para producir mosto, vino y vinagre. Crecen agrupadas en racimos de entre 6 y 300 uvas.

Pueden ser negras, moradas, amarillas, doradas, púrpura, rosadas, marrones, anaranjadas o blancas, aunque estas últimas son realmente verdes y evolutivamente proceden de las uvas rojas con la mutación de dos genes que hace que no desarrollen antocianos, siendo estos los que dan la pigmentación.

La uva es el fruto de las plantas del género *Vitis*, perteneciente a la familia de las vitáceas. Sus especies originarias de las zonas templadas del hemisferio norte incluyen variedades utilizadas como frutos de mesa, pasas, vinos, y zumos de uva o mostos.²⁶

Fruto de la familia de las ampelidáceas, de forma esférica y carnosa muy jugosa que se agrupa en racimos; la cáscara es delgada y resistente, su color varía del verde limón al rojo solferino; de pulpa aromática, de sabor dulce y ácido según su variedad.

²⁶ Enciclopedia Hispánica. – Barcelona. – 2ª. Ed. – Editorial Barsa-Planeta, 2003. – T. 14. -- p. 214

La vid es una planta vivaz y trepadora de la familia de ampelídas, en botánica es nombre castellano de la vitis de la familia de las vitáceas.²⁷

La especie comúnmente usada en la obtención del vino es, la *Vitis vinífera*, la cual procede de Eurasia donde apareció hace miles de años como demuestra la presencia de fósiles de la planta en distintos yacimientos prehistóricos.

La vid cultivada y silvestre es de la especie de la *Vitis Vinífera*, tiene raíz honda, gruesa, leñosa, tronco de hasta 1,7 m de circunferencia, gris pardusco de madera porosa, tenaz y flexible, las hojas pecioladas.

La vid es muy resistente a las heladas, pero esta resistencia se reduce luego de la brotación, comprometiéndose la cosecha, esto lleva a que algunos viñedos muy expuestos estén equipados con dispositivos de lucha contra las heladas, eficientes pero costosos, como el riego por aspersión o estufas con gasoil, durante el periodo vegetativo de la Vid debe sufrir una acumulación de calor diario suficiente a fin de madurar correctamente sus racimos.²⁸

Las vides americanas no soportan en general los terrenos calizos. Los límites de la altitud varían según los países (300 m., en Hungría y más de 2,000 en los Andes)

²⁷ Enciclopedia universal ilustrada: europea americana. – Madrid : Espasa-Calpe, 1996. -- Tomo 68. – p. 664

²⁸ Sistemas Producto http://www.campomexicano.gob.mx/portal_sispro/index.php?portal=uva%28-jun-2010

El buen desarrollo de la vid requiere de veranos largos, secos y calurosos e inviernos frescos. Ciertas condiciones invernales destruyen las plantas si no se adoptan precauciones; especialmente peligrosas son las heladas y la escarcha cuando se encuentran en pleno crecimiento.

Las viñas se adaptan a una gran variedad de suelos:

- ❑ Arenosos.
- ❑ Arcillosos.
- ❑ Calcáreos.
- ❑ E incluso de baja fertilidad.

La vid es uno de los arbustos cultivados con más esmero, desde hace muchos siglos, la Biblia refiere que Noé gustó del zumo de la uva y antiguos libros religiosos indios hablan de una bebida sagrada llamada “soma”, según algunas personas es extraída del jugo de las uvas que dedicaban a la divinidad de Brahma.

Por otro lado, por vendimia se entiende la recolección o cosecha de las uvas de vino. En el caso de las uvas de mesa se usa simplemente el término cosecha.

El periodo de vendimia varía entre febrero y abril (en el hemisferio Sur), y julio y octubre (en el hemisferio norte). El proceso de la vendimia depende del grado de maduración de la uva que se desee, es decir, del momento en que la relación porcentual entre los azúcares y los ácidos en el grano de uva han alcanzado el valor óptimo para el tipo de vino que se desea producir. Si bien este parámetro es genéricamente válido para la uva de mesa, en el caso de la

uva destinada a la producción viñera es necesario considerar otros parámetros para decidir cuando es tiempo de vendimia.²⁹

La recolección se hace de manera manual cosechando el racimo entero, sin dañarlo, para saber el momento óptimo en que deben cosecharse las uvas, los técnicos se guían por un “índice” de madurez (el equilibrio entre los azúcares y los ácidos que contienen los granos), lo que es variable para cada cepa y cada viñedo, en algunos casos la cosecha puede durar más de ocho semanas y la vinificación hasta tres meses. Teniendo en cuenta que el azúcar de la uva se transforma luego en alcohol, es evidente que según el tipo de vino que se desee hacer también depende del tipo de vino a obtener, por ejemplo, para un vino joven y fresco, la uva debe ser cosechada con una buena carga ácida y niveles de azúcar moderados, mientras que para un vino de guarda o para un licoroso importan el color, el alcohol y el cuerpo, o sea que su cosecha se decidirá con parámetros opuestos a los anteriores, hay que tomar en cuenta que a medida que la Uva madura va disminuyendo su carga ácida y aumenta su tenor azucarino. Una vez recolectada, la uva se transporta a la bodega para su vinificación.³⁰

Por otro lado se ha encontrado que las expediciones de los siglos XII y XIII a las naciones asiáticas importaron a Europa procedentes de Chipre, Alejandría, Corinto y Palestina, sarmientos de vid de excelente clase, desconocidos en aquella época; estos sarmientos plantados al pie de los Pirineos dieron Origen

²⁹ Restaurantes de Mexico.com.mx La vendimia: una tradición de la industria vinícola.
http://www.restaurantesdemexico.com.mx/379/Vinos_y_Bebidas_La_Vendimia__Una_Tradicion_En_La_Industria_Vinicola.html# 6-ago-2008

³⁰ Servicio de Información Agroalimentaria y pesquera: Sistemas Producto.
http://www.campomexicano.gob.mx/portal_sispro/index.php?portal=uva 4-oct-2008

a los vinos de Frontiñan, de Rivesaltes y otros. En la época mediterránea la propagación del cultivo de la vid, por los fenicios, los griegos y los romanos es bastante conocida.

Por lo tanto, la industria vinícola da vida a otras importantes como la obtención del alcohol puro, la del vinagre y otros productos. También a expensas de la misma industria y como complemento de ella vive la de la tonelería que ocupa gran número de obreros durante todo el año.

La mayor parte de la uva cultivada proviene de la especie *Vitis Vinífera*, natural de la Europa mediterránea y Asia central. En menor cantidad se producen en América y Asia.

Al cultivo de la vid se le denomina viticultura, es una práctica antigua que se remonta a la época del neolítico. Jeroglíficos egipcios del tercer milenio anterior a la era cristiana, citas bíblicas y referencias de las obras homéricas confirman la realidad del consumo del vino como hecho habitual.³¹

Mientras que la vinicultura refiere al proceso de elaboración de vinos.³²

Una definición para el termino vitivinicultura es la técnica para cultivar las vides y elaborar el vino.³³

³¹ Enciclopedia Hispánica. .. Op. Cit. – p. 214

³² Enciclopedia universal ilustrada: europea americana. – Madrid : Espasa-Calpe, 1996. -- T. 14. – p. 4661

³³ Word Reference.com Diccionario de la Lengua Española.
<http://www.wordreference.com/definicion/vitivinicultura> 5-jul-2010

La palabra “vini” y “viti” se unen para formar la palabra vitivinicultura que engloba a la uva y al vino, es decir todos los aspectos relacionados con ambos términos.

Por lo que respecta a la enología es el “conjunto de conocimientos relativos a la elaboración de los vinos. En las estaciones enológicas se estudian y clasifican las diversas variedades de uva, se practican análisis y se hacen los estudios necesarios para conocer los mostos y los vinos que resultan, se efectúan mezclas para formar tipos de aceptación en el mercado, se estudian las enfermedades de la vid y de los vinos.

Es así que se diferencian ambos procesos relacionados con la uva, es decir, su cultivo y la otra el producto de la misma, es decir, el vino, que es un producto típicamente mediterráneo citado varias veces en la Biblia e instituido como bebida destinada a convertirse en sangre de Cristo por la Iglesia Católica. Es una bebida obtenida de la fermentación total o parcial del zumo de la uva (mosto), fruto de la vid. La importancia económica, industrial e incluso social y cultural que ha adquirido este producto en amplias zonas del mundo ha determinado que sea objeto de estudio de una ciencia específica, la enología, la cual se ocupa de investigar la composición, calidad, características y procesos de la elaboración del vino.

Por lo tanto, el vino se puede producir en todas las regiones templadas del mundo, pero la variedad de esas regiones -tanto en suelo como en clima,

variedades de uva y métodos de elaboración- ha hecho que Europa sea reconocida como su origen geográfico.³⁴

Un aspecto relevante en el vino es el tiempo que pasa en barrica, a este aspecto se le denomina crianza, reserva y gran reserva, para tener una idea más clara de lo que estos aspectos son en el vino a continuación se proporcionan las siguientes definiciones:

- Crianza. Corresponde al vino más “joven”. El tiempo mínimo establecido para elaborar un crianza es de 2 años para cualquier tipo de vino (blanco, rosado y tinto). De estos dos años el vino ha debido envejecer al menos 6 meses en barrica y el resto del tiempo envejece embotellado.
- Reserva. Es una categoría intermedia entre la “juventud” de los vinos de crianza y el carácter añejo de los Gran Reserva. Los vinos de Reserva son los que han reposado un año en barrica y otro en botella. Este dato también se traduce a su precio, normalmente intermedio entre las otras dos categorías de vino.
- Gran reserva. Los vinos pertenecientes a la categoría Gran Reserva deben haber permanecido al menos cuatro años en reposo, de los cuales el vino ha debido envejecer dos años en barrica y el resto del tiempo en botella. Lo más frecuente es que este largo reposo se emplee con tinto ya que, por sus características, es la clase de vino que mejor admite este tipo de maduración y el que más optimizada ve sus cualidades propias.³⁵

Al vino se puede envejecer, durante algún tiempo en barricas de madera, habitualmente roble, y de 225 litros. El aporte de aromas que proporciona la madera al vino, le confiere a este unos rasgos más complejos, logrando así un enriquecimiento general. Los períodos de crianza en barrica pueden ir desde

³⁴ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino. – Madrid : Ramón Llaca, 2008. p. 8

³⁵ Vinos <http://www.yvinos.com/articulos/crianza-reserva-gran-reserva> 5-jul-2010

los tres meses a un par de años, y raramente más tiempo, al menos en el caso de los vinos tintos. El proceso de crianza de vinos en barricas de roble y su duración, debe estar acorde a la estructura e intensidad de cada vino en particular antes de la crianza, finalmente Tras la crianza en barricas el vino se embotella y la evolución del vino continúa en la botella.

Así mismo existen vinos jóvenes los cuales no tienen que pasar por barrica, su guarda únicamente es en botella y deben ser consumidos pronto.

La etiqueta de los vinos tiene una gran importancia ya que a través de ella se pueden obtener ciertos elementos que permitirán conocer más acerca del vino que se va a degustar, entre dichos elementos encontramos los siguientes:

- Origen del país donde ha sido producido, siendo obligatoria la especificación en el caso de ser un vino destinado a la exportación.
- El contenido de la botella debe ser expresado en mililitros, así como su contenido alcohólico expresado en grados.
- Debe especificarse es el nombre del productor y su dirección, y si fuera el caso el nombre de quien está embotellando.
- Por lo que respecta a la calidad, en la Comunidad Europea se hace a través de la llamada " denominación de origen", que está controlada y podrá ser de una región geográfica, o por medio de la cepa utilizada o lote, en los casos de Denominación de Origen Controlada y Garantizada.

36

1.3 Información sobre las cepas blancas y tintas.

³⁶ Elaboración del vino. Las etiquetas. http://www.info-vinos.com/free_las-etiquetas.html 5-jul-2010

Existen variedades de uvas a las cuales se les denomina cepas entre las que se dividen las **blancas y las tintas clásicas; y blancas y tintas importantes**, entre las primeras se encuentran las siguientes:

Blancas clásicas.

- Chardonnay. Es la variedad de uva blanca más famosa en el mundo y su vino el más popular. A los viticultores les gusta porque es fácil de cultivar, vigorosa, resistente y generosamente productiva en la mayoría de los suelos y climas. Además a los vinicultores les gusta por lo maleable ya que se puede presentar en una variedad de estilos, en Borgoña y Champagne se ha mostrado capaz de producir algunos de los mejores vinos del mundo.
- Sauvignon Blanc. Es la variedad de uva a la que recurren los consumidores cuando quieren un cambio con respecto a los vinos blancos con mucho cuerpo y con frecuencia con sabor a roble, este tipo de uva es más fresca y firme con una acidez refrescante.
- Sémillon. Esta variedad de uva es el pilar principal del burdeos blanco. En Burdeos se aprecia por su calidad redonda y su carácter de lanolina y sus sabores herbáceos similares a los del Sauvignon Blanc. En el Valle de Hunter en Australia es renombrada por dar un tipo de vino blanco seco y longevo.
- Riesling. La auténtica uva riesling es originaria de Alemania es una de las mejores cepas del mundo. Tiene al igual que la Sauvignon Blanc una fuerte personalidad y una alta acidez. Crece en los climas fríos de Europa, así como los climas cálidos de Australia. Este tipo de uva tiene el potencial de envejecer durante muchos años, tiene carácter afrutado y una acidez equilibrada.
- Chenin Blanc. Se trata de una cepa de una acidez muy elevada y potencialmente de una gran longevidad, pero también de una cepa de un vino más desagradable que el promedio, cuando no hay suficiente sol, la Chenin poco madura adquiere sabor a queso.

Algunas cepas blancas importantes también son las siguientes:

- Gewurztraminer.
- Pinot Gris/Grigio.
- Viognier.
- Moscatel.

Mientras que entre las tintas clásicas se describen a continuación algunas de ellas:

- Cabernet Sauvignon. En términos de categoría y popularidad, esta cepa puede considerarse como el equivalente en vino tinto a la Chardonnay, La Cabernet Sauvignon es una uva de color intenso y piel gruesa que produce un vino oscuro y sabroso, particularmente por su sabor grosella, los vinos de la Cabernet Sauvignon poseen el potencial de envejecer durante mucho tiempo y ganan en categoría si envejecen en roble. Desde el punto de vista del viticultor, esta variedad se ha aclimatado como la Chardonnay. La Cabernet es natal de Burdeos.
- Merlot. Es parecida a la Cabernet Sauvignon, pero es menos tánica con menos sabor incisivo a grosella, los vinos de esta variedad tienen un sabor más suave, más rollizo y aparentemente más dulce. Se encuentra muy extendida en el mundo.
- Pinot Noir. Esta cepa es muy remilgada con su propio clima y un producto menos generoso que la Chardonnay. En Burdeos, el factor crítico es alcanzar suficiente madurez, es una variedad con un tanino y una acidez relativamente bajos, un color medio y una vida cuya duración resulta más que larga. En los climas más cálidos del Nuevo Mundo, los productores padecen el problema opuesto: uvas sobre maduras que dan sabores cocidos, bastos y confitados.
- Syrah o Shiraz. Es la variedad más nueva del siglo XXI. El Syrah clásico del valle del Ródano en Francia, así como el Shiraz clásico de Australia son vinos oscuros con mucho cuerpo potentes y con un potencial de envejecimiento, este tipo de uva crece en climas más cálidos que la Pinoit Noir, en general es más adaptable. En climas

más fríos produce vinos más ligeros y con más pimienta, con fruta de baya menos madura y con una riqueza menos carnosa o de chocolate.³⁷

A continuación solo se mencionan otras cepas tintas importantes entre las que se ubican las siguientes:

- Garnacha.
- Nebbiolo.
- Tempranillo.
- Sangiovese
- Zinfandel / Primitivo.

En párrafos anteriores se presentó información relacionada con la vitivinicultura en países de América y Europa, se detallaron aspectos relacionados con el cultivo de la uva y el vino en México, en particular en Baja California, así como se proporcionaron definiciones de la uva y las características de la planta y sus variedades.

1.4 Información sobre la vitivinicultura en Europa.

Para comprender el desarrollo de la industria vinícola en México, se consideró necesario hacer una revisión de dicha industria con algunos países de Europa y del continente americano, además de identificar zonas vinícolas para tener una mejor idea de la situación en México.

1.4.1 Vitivinicultura en Francia.

³⁷ Simon, Joanna. Conocer el vino. – Barcelona : Blume, 2004. – p. 50

Considerando el clima de Francia, se puede decir que, ver página siguiente, es de los poco prometedores de las regiones vitivinícolas. Paradójicamente, constituyen la clave de la calidad, puesto que aunque el vino se puede elaborar en cualquier lugar con un clima lo suficientemente cálido para madurar las uvas, el mejor vino se produce en los márgenes, donde sólo hace calor de forma moderada y en años pobres no hace ni siquiera calor, véase por ejemplo Champagne, Burdeos, Borgoña y Loira.³⁸

Un aspecto que favorece la producción de vinos son sus suelos, son tan diversos que permiten casi cualquier variedad de uva y de cualquier calidad, dado que la materia prima, es decir, la uva, crece en una variedad de climas lo que permite también que exista variedad en los vinos que se producen.

Los vinos de Francia sirven de referencia al resto del mundo. En la actualidad, son varios los países que están elaborando excelente vino (California, Chile y Australia por dar unos ejemplos), y han logrado productos de muy alta calidad; aun así, cuando los expertos los catan suelen hacer la comparación de referencia con algún gran vino francés. Los vinos franceses corresponden a uno de los más antiguos cultivos de la vid, su origen encuentra sus fuentes en la época del Imperio Romano. Se les considera parte fundamental de la cocina francesa y algunas marcas han logrado un reconocimiento mundial.

Francia es el principal productor de vinos del mundo con 58 millones de hectolitros en el año 2000. También, es el principal país exportador de vinos y

³⁸ Simon, Joanna. Conocer el vino.. Op. Cit. p. 96

su consumo por habitante es el más alto del planeta, con 60,2 litros por habitante en 1997.³⁹

Francia cuenta con condiciones climáticas y geológicas que ningún país puede igualar para el cultivo de la vid, es decir, inviernos no demasiado rigurosos, veranos no muy secos, abundancia de lluvias y muchas horas de sol favorecen su desarrollo

Entre las regiones vinícolas de Francia se encuentran las siguientes:

- Alsacia. Se ubica en una región cálida, seca y soleada en el noroeste donde se ubican vinos blancos aromáticos y una limitada producción de tintos sobre todo por la variedad de la uva. La variedad de uva blanca que se cultivan en esta región son la Riesling, Pinot Gris, Gewurztraminer y Moscatel tiene más profundidad y capacidad de envejecimiento.
- Burdeos. Se encuentra en el suroeste, en esta región se producen los vinos más finos del mundo y el burdeos tinto siempre ha dominado el mercado internacional del vino.
- Borgoña. Comparado con las denominaciones del borgoña, incluso el “pequeño” Pomerol bordelés parece grandioso. Borgoña se extiende en el este de Francia entre Chabalis y Lyon, ocupa una extensión equivalente a una quinta parte de Burdeos y sus clasificaciones, su estructura de conjunto y su mentalidad son distintas, a pesar de ser un área pequeña posee más denominaciones que Burdeos.
- Champaña. El champaña proviene de una región a 145 kilómetros de París. El suelo, el clima glacial se combinan para conseguir las condiciones ideales que hacen que la Chardonnay, la Pinoit Noir y la Pinoit Meunier alcancen el grado de madurez necesaria para

³⁹ Verema.com Geografía del vino. <http://www.verema.com/mundo/geografia/francia/default.asp> 17-may-2008

producir el vino básico ácido no espumoso, blanco o rosado, que se va a convertir en un vino fino espumoso.

- Loira. En esta región se produce una gran variedad de vinos ya sea blancos, tintos o espumosos. Lo único que los vincula a todos aparte del río Loira, es su situación bastante septentrional, que conlleva a que tengan poco cuerpo, la excepción son algunos tintos y los vinos muy dulces.
- Ródano. Al igual que la región de Loira alberga una multitud de diferentes tipos de vinos –tinto, blanco, rosado, espumosos, seco y dulce. En ésta región predominan por ser más cálida y meridional los vinos tintos grandes, magisteriales y añejos.⁴⁰
- Córcega. En ésta isla se cultivan las variedades de uvas tintas Nielluccio y Sciacarello y la blanca Vermentino. Los mejores vinos de Córcega proceden de las zonas costeras, pero donde la calidad ha mejorado notablemente es en Ajaccio, donde sus vinos tintos gracias a los esfuerzos de las dos cooperativas de la zona, han alcanzado una buena calidad.⁴¹
- Languedoc-Rosellón. Los viñedos de ésta región se encuentran a lo largo del mediterráneo. Abarcan las antiguas provincias de Rosellón y Languedoc, que en la actualidad corresponden a cuatro departamentos Pyrénées-Orientales, Aude, Hérault y Gard, en ésta región se produce el 40 % del vino en Francia

Con una superficie de viñedos de cerca de 950,000 hectáreas y una producción de entre 50 y 60 millones de hectolitros (de 6,700 a 8,000 millones de botellas), Francia es, junto con Italia, el mayor productor de vino del mundo, es de destacarse el aumento de los vinos con Appellation d'Origine Contrôlée

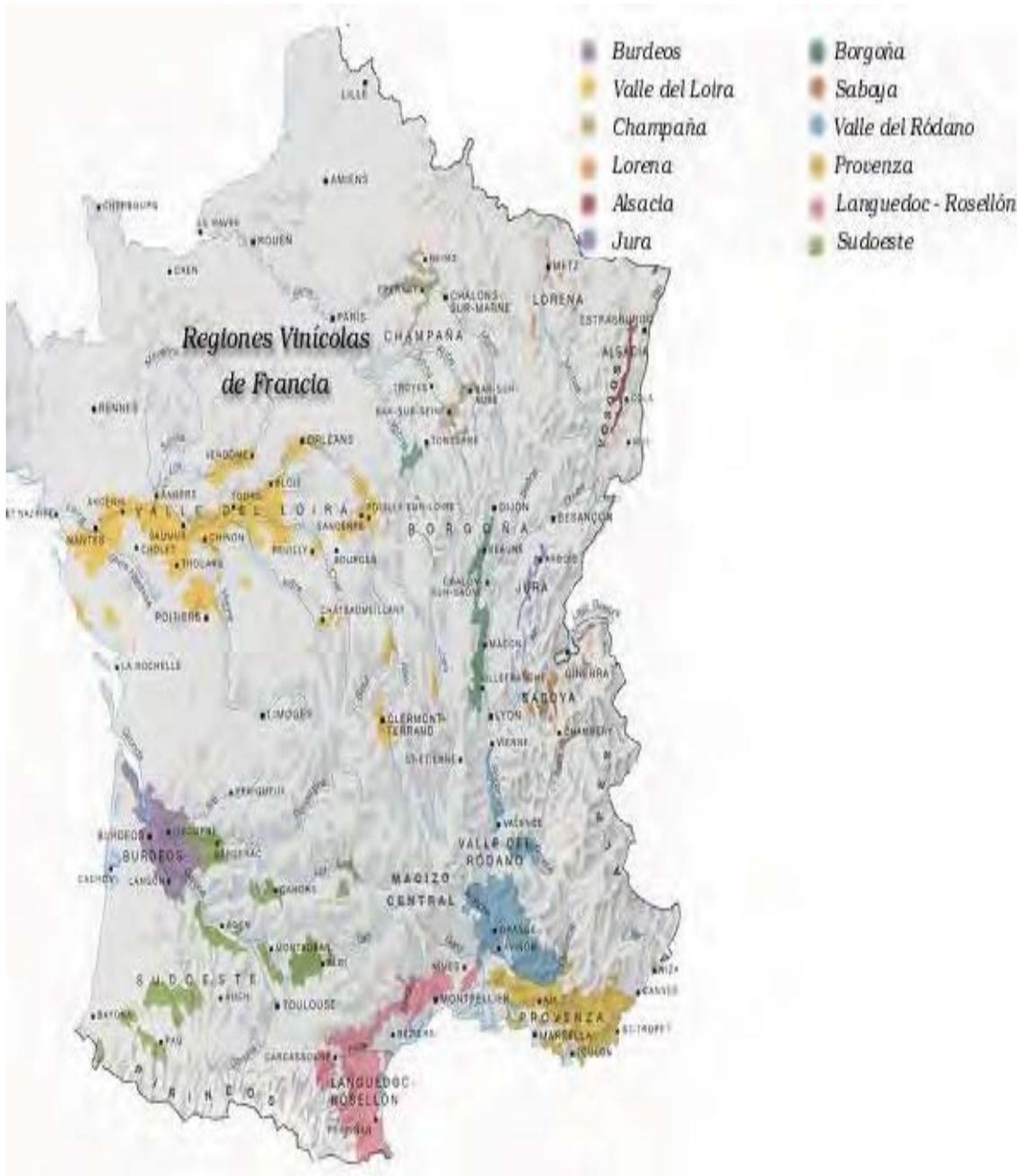
⁴⁰ Simon, Joanna. Conocer el vino ... Op. Cit. p. 96

⁴¹ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino ... Op. Cit.-- p. 179

(Denominación de Origen Controlada, AOC), el 51 por ciento en la actualidad frente al 37 por ciento de hace diez años.

El sistema de las AOC constituye una obra maestra del sistema vitivinícola francés, claramente envidiado por muchos otros países. Está basado en una larga práctica que, a lo largo de los siglos, ha identificado las zonas más aptas para el cultivo de los viñedos y las variedades mejor adaptadas. Los países con una viticultura más reciente no se han tomado tiempo para llevar a cabo un trabajo tan profundo y completo, y han preferido identificar su vino sólo por medio de la variedad de la uva.

Esta noción de AOC se impuso a principios del siglo XX. Establecer el sistema ha sido difícil, aunque su éxito resulta evidente, puesto que hay cerca de 350 AOC en los viñedos franceses. El Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (INAO, en sus siglas en francés) es el encargado de aprobar las condiciones de producción y de controlar que se respete reglamento. Por lo tanto, en las etiquetas de un vino francés es importante buscar el AOC para, garantizar que tiene calidad.



Regiones vinícolas de Francia

http://www.clubplaneta.com.mx/bar/regiones_vinícolas_del_mundo.htm 21/jun/2009

La producción francesa de vino en 1999 (en millones de hectolitros):

▶ Vino con Denominación de Origen Controlada (AOC)

Tintos y rosados: 17,9

Blancos: 8,5

Total: 26,4 (51 %)

▶ Vino de mesa con la designación vino de Pays

Tintos y rosados: 13,4

Blancos: 2,8

Total: 16,2 (31 %)

▶ Vino de mesa sin la designación vino de Pays

Tintos y rosados: 6,8

Blancos: 2,4

Total: 9,2 (1) (18 %)

▶ Total :

Tintos y rosados: 38,1 (73 %)

Blancos: 13,7 (27 %)

Total: 51,8 (2) (100 %)

La producción mundial asciende a alrededor de 280 millones de hectolitros.

Entre 1990 y 1991, la parte correspondiente a Europa se redujo del 79 al 74 % y, por lo tanto, la correspondiente al resto del mundo pasó del 21 al 26 %. En el mismo período, la proporción francesa en la producción mundial disminuyó del 23 al 21 por ciento.⁴²

A continuación se presenta una imagen de cómo leer una etiqueta de un vino francés:⁴³

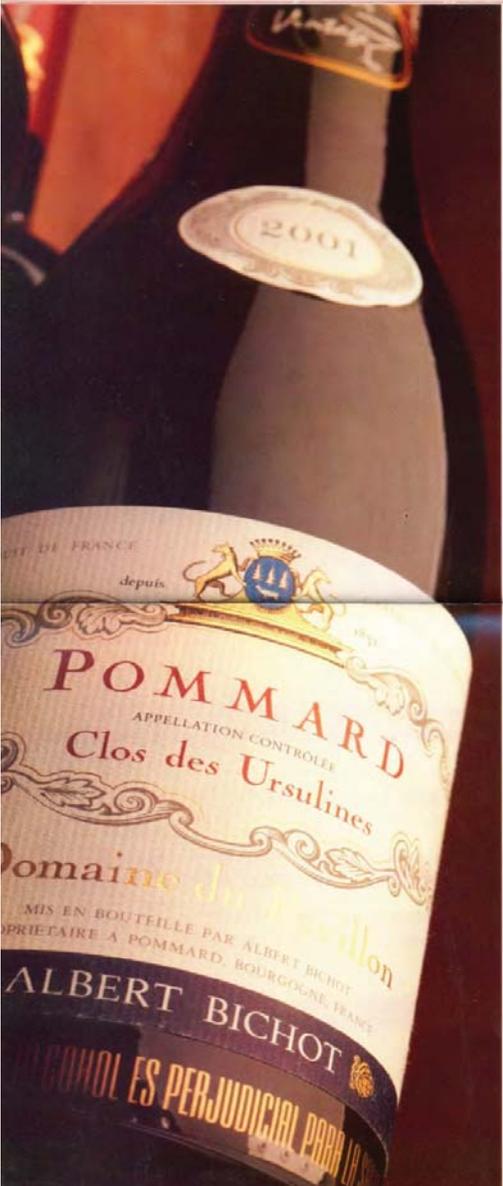
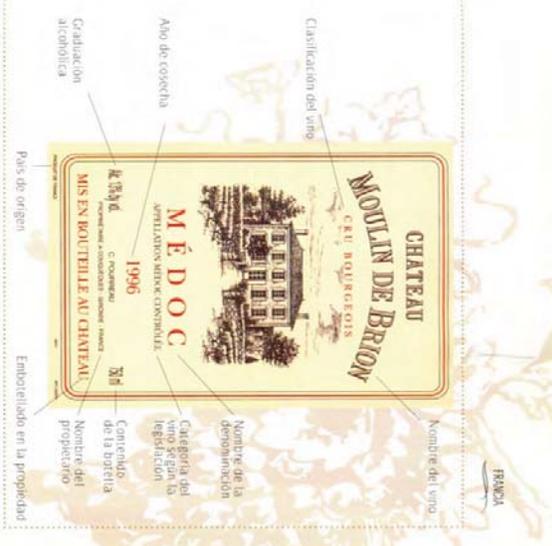
⁴² El vino francés : Embajada de Francia en España
http://www.ambafrance-es.org/article.php3?id_article=408 17-may-2008

⁴³ Vinos Francia: un recorrido por la cava y el bar. – Bogotá: Grupo Editorial Norma, c 2006. – p. 28

CAJAS Y BIAS

CÓMO LEER UNA ETIQUETA FRANCESA

La etiqueta brinda información importante para el consumidor, ya que es la tarjeta de presentación del vino, la garantía de su procedencia, control de calidad y autenticidad. Desde que existe la legislación sobre la Denominación de Origen y otras reglamentaciones en los países vitivinícolas, las inscripciones que figuran en la mayoría de las etiquetas, han sido cuidadosamente reglamentadas. La legislación en esta materia varía según los países. La etiqueta proporciona la siguiente información sobre el vino: procedencia, cosecha o añada, nombre del vino, control de calidad, embotellador, ubicación de las bodegas, graduación alcohólica y contenido.

FRANCA

* La etiqueta muestra un ejemplo de cómo leerla, aunque en la fuente utilizada aparece distinta información

1.4.2 Vitivinicultura en Italia.

El clima italiano, las ricas tierras y unas muy antiguas tradiciones en la viticultura, hacen de Italia la nación natural del vino. Los vinos son tan personales y diferentes como los nombres y forman parte de la vida italiana.

Así es como, los etruscos del norte-centro de la península, quienes crearon una de las primeras civilizaciones locales, dejaron evidencia de cómo hacer vino.

Los griegos, que pronto se establecieron en el sur le dieron a Italia el nombre de *Enotria* (tierra del vino). Se conoce mucho de los antiguos vinos por las obras de los clásicos como Plinio que enumera 195 clases, la mayoría de Italia, y considera al “Falerno” de la Campania, como el más extraordinario de todos. Horacio lo califica de robusto, ardiente y generoso. Del norte de Italia es el Retico, el que según Virgilio era el segundo mejor vino después del Falerno. César para festejar su tercer Consulado, ofrece el vino siciliano Mamertino, que fue muy apreciado en esa época. Así podemos seguir múltiples alusiones que confirman el antiquísimo origen de la vitivinicultura italiana y cuyas raíces están el en tiempo del esplendor de Grecia.

Italia podría seguir llamándose Enotria, nombre que le dieron los griegos hace 2800 años cuando llegaron a la península Itálica, ya que se cultivan en ella 2, 000 variedades de uva en las 95 provincias en que se dividen sus 20 regiones administrativas. A pesar de su menor superficie, ocupa el segundo lugar en hectáreas de viñedos plantados, cerca de un millón. Siguiendo el ejemplo de Francia, Italia estableció el sistema de Denominazione di Origine

Controllata (DOC) y Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG).

Durante siglos la vid ha sido el cultivo que ha ocupado la mayor parte de la labor de los granjeros, siéndolo aún en la actualidad; buena parte de la población vive comprometida con la industria del vino. El prestigio internacional de los vinos italianos se ha consolidado como consecuencia del control de calidad impuesto por las autoridades. Existen tres denominaciones de origen:

- Semplice.- que se refiere a los vinos hechos de acuerdo con los respectivos usos locales y con uvas tradicionales en las zonas de producción.
- Controllata.- se reserva a los vinos que responden a los requisitos fijados por los reglamentos en las zonas de producción y crianza.
- Controllata e Garantita.- es para los mejores vinos, cuyas normas especifican las finas y particulares calidades. El vino es identificado por dicha expresión en las etiquetas de los datos de su procedencia, legitimado con un timbre oficial numerado y adherido al envase que impide la extracción de su contenido a menos que sea roto.⁴⁴

En Italia en la década de 1990 se convirtió en uno de los productores de vino más dinámicos de Europa. Una nueva generación de viticultores aportó nuevas habilidades y dedicación. Combinando el respeto por la tradición con una apreciación de las técnicas modernas, se centraron en las uvas autóctonas, pero sin miedo a introducir a la Chardonnay, la Merlot, etc. Fueron los vinos de la Toscana con Cabernet Sauvignon los que demostraron que Italia era capaz de producir vinos tintos de categoría mundial, el reto era demostrar que se podía elaborar vinos con sus propias variedades.

⁴⁴ Las buenas mesas.com <http://www.las-buenas-mesas.com/italia.html> 8-junio-2008

Algunas de las regiones vinícolas de Italia se describen a continuación:

- Piamonte. El sexto de Italia por su tamaño, esta región concentra lo esencial de la producción de uva en numerosas denominaciones de origen
- La Apulia. Se ubica entre los Apeninos y el Adriático, es una región de llanuras, mesetas y valles en la que los viñedos encuentran acomodo entre extensos olivares y campos de trigo. Anualmente produce 11 millones de hectolitros de vino en sus tres regiones
- Valle de Aosta y Liguria. Mont Blanc, Cervi y Gran Paradiso son algunas de las cumbres alpinas que separan el valle de Aosta de Francia y Suiza al norte y del Piamonte al sur y al este ya que la mayor parte de los viñedos se encuentran en laderas o terrazas estrechas, su vino principalmente es de consumo local.
- Emilia Romagna. Aunque difieren en muchos aspectos, Emilia y Romagna forman una misma región administrativa. Boloña, que es la capital se encuentre justo en medio. Las montañas colocan ésta región bajo la influencia del mar Adriático, los veranos son calurosos es frecuente la sequía, mientras que los inviernos son húmedos, con una neblina que invade las llanuras.
- Véneto. Los Alpes cubren cerca de un tercio de ésta región. Ésta región es la más variada y ofrece diversos estilos de vino ya que va desde uvas más autóctonas a cepas más internacionales.
- Trentino-Alto Adigio. En ésta región montañosa del norte de Italia, sólo el 15 % del suelo es cultivable, sus viñedos dibujan una “Y”, Trentino y Alto Adigio son dos regiones distintas reunidas bajo un nombre administrativo.

Por lo que respecta a la legislación italiana se creó en 1963, cuando se establecieron las bases de las denominaciones de origen, tomando como inspiración el modelo francés. En 1984 se instrumentó la regulación de las Denominación de Origen Controlada y Garantizada (D.O.C.G. Denominazione di Origine Controllata e Garantita) que garantiza la calidad del vino certificado a través de un panel catador gubernamental y de un reglamento más estricto.

45

⁴⁵ Vinos Italia : un recorrido por la cava y el bar. – Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2006. – p. 26



Mapa de las regiones vinícolas de Italia ⁴⁶

⁴⁶ <http://clubamantesdelvino.com/home/2009/03/curso-introduccion-al-vino-modulo-5-el-viejo-mundo/>

En la siguiente imagen se muestra como se debe leer una etiqueta de vino italiano.⁴⁷



* La etiqueta muestra un ejemplo de cómo leerla, aunque en la fuente utilizada aparece distinta información

⁴⁷ Vinos Italia : un recorrido por la cava y el bar, – Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2006. – p. 28

1.4.3 Vitivinicultura en España.

No existe una clara certeza sobre el lugar en el que comenzaron a realizarse los primeros cultivos de vid en España y quiénes fueron los que introdujeron las técnicas de elaboración del vino. Diversas fuentes apuntan que los primeros viñedos se habrían asentado en el litoral sudoccidental andaluz constituyendo el punto de entrada y el lugar de las viñas más antiguas de España.

Esta teoría parece ser la más probable, y está avalada por la presencia de los fenicios en la península hace alrededor de 3.000 años. Este pueblo comerciante fundó un puerto en el sudoeste al que llamaron Gadir (Cádiz, en la actualidad). Después se trasladó tierra adentro, creando otra ciudad llamada Xera (ahora Jerez en cuyas montañas circundantes plantaron vides. El clima cálido de la zona favoreció la naturaleza fuerte y dulce de los vinos, lo que les permitía soportar muy bien los viajes. Este hecho, unido al espíritu comerciante de los fenicios, supuso que ya en el comienzo de la era cristiana, los vinos españoles se convirtieran en una de las mercancías más comunes en los intercambios comerciales del Mediterráneo y norte de África.

Serían los romanos los que continuarían la producción de vinos en la península, para lo que incorporaron sus métodos particulares de elaboración.

Entre ellos destaca la crianza en ánforas de barro situadas en estancias altas y soleadas, y cerca de chimeneas. Al parecer, los caldos obtenían así texturas, sabores y fragancias de frutas y flores e, incluso, ahumados muy apreciados.

La necesidad de abastecer al vasto imperio y sus legiones contribuyó a intensificar el ya notable tráfico comercial que habían alcanzado los vinos españoles.

El declive del Imperio Romano y la posterior invasión bárbara supuso un freno en el desarrollo de la viticultura en España. Las primeras hordas germánicas destruyeron muchas plantaciones de vid. Posteriormente, la llegada de los visigodos a la península contrarrestó la acción de los bárbaros. Mucho más civilizados que sus predecesores por el contacto con los romanos en las provincias limítrofes del Imperio, concedieron una gran importancia a la viticultura.

La llegada de los árabes en el siglo VIII también se tradujo en algunas dificultades para el desarrollo de la vid y la elaboración del vino debido a la prohibición coránica de consumir bebidas fermentadas y alcohólicas. Pese a ello, el cultivo de la vid continuó e, incluso, se mejoró durante el periodo de dominación musulmana. La primera causa se encuentra en la propia uva como fruta y su zumo: no había motivos para prohibir su consumo ni tampoco el del mosto sin fermentar. Por lo tanto, no se podía impedir su cultivo, al menos para los no musulmanes. La segunda causa es la conocida permisividad de algunas dinastías más liberales hacia los cristianos dominados, a los que permitieron continuar con el cultivo de sus viñedos y la elaboración del vino, sobre todo en los monasterios.⁴⁸

⁴⁸ Historia de la viticultura española <http://www.spainvino.com/es/history> 14-jun-2008

Las regiones vinícolas en España son las siguientes:

- Andalucía. Existe la posibilidad que los primeros viñedos de España fueran plantados por los fenicios en el siglo XI antes de Cristo por una doble vía de Penetración catalana y andaluza. Hoy se conocen cuatro denominaciones diferentes: Jerez, Condado de Huelva, Málaga y Montilla-Mireles. Viñedos que han sobrevivido y tienen sus orígenes en las culturas fenicias, romanos, visigodos, árabe, cristiana.⁴⁹
- Aragón. Tiene las denominaciones de origen de Campo de Borja, Cariñena, Calatayud y Somontano. En esta área se dan vinos de fuerte color tinto y grado.⁵⁰
- Castilla. Sus denominaciones de origen son Rueda, Ribera del Duero y Toro. En esta zona se producen caldos tintos y rosados, entre los que se encuentran algunos de fama universal: los criados entre las localidades de Valbuena, Quintanilla de Arriba y Quintanilla de Onésimo.
- Cataluña. Reúne las denominaciones Ampurdán-Costa Brava, Alella, Costers del Segre, Penedés, Priorato, Tarragona y Terra Alta. La variedad del clima y orografía, su posición mediterránea y su estrecha vinculación con las culturas que poblaron desde hace milenios los romanos. Llamaron Mare Nostrum han permitido que Cataluña haya estado ligada al cultivo de la vid desde tiempos remotos.⁵¹

La Denominación de Origen fue creada por el Department d' Agricultura Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya el 22 de Junio de 1999

- Extremadura. Posee buenos vinos pero que aún no son comercializados. Son vinos fuertes con un alto contenido en alcohol además de tener un sabor inconfundible. También hay vinos blancos de Montánchez, Cillero, Añigal; y tintos ligeros de Hervás.⁵²

En las provincias de Cáceres y Badajoz hay 124 municipios dedicados a la vitivinicultura con un total de 87,450 hectáreas, tuvo su origen en la época romana. En el siglo XX los vinos de ésta región se emplearon

⁴⁹ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del ... Op. Cit.. p. 100

⁵⁰ Los vinos de España y y sus denominaciones de origen <http://www.spaindreams.com/cas/vinos.htm> 24-sep-2011.

⁵¹ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino... Op. Cit. p. 125

⁵² Los vinos de España y y sus denominaciones de origen ... OP. Cit.

para ser mezclados con los de la tierra en otras zonas, e incluso algunas empresas jerezanas instalaron bodegas en la zona para elaborar en ellas vino.⁵³

- Galicia. Tiene las denominaciones de Rías Bailas, Ribeiro y Valdeorras. Los vinos de ésta zona, son blancos y tintos ligeros, de grata acidez y de graduación baja. Su posición geográfica hace que Galicia disfrute de un clima con lluvias regulares, temperatura suave, al igual que otras regiones el cultivo de la vid se debe a los romanos. Cuenta con cinco Denominaciones de Origen: Monterrey, Rías Bailas, Ribeira Sacra, Ribeiro, Valdeorras.⁵⁴
- Huelva. Se encuentra en la llanura del Guadalquivir sus viñedos ocupan una extensión de 6,000 hectáreas sobre tierras pardas, sueltas, arenosas, Los vinos con Denominación de Origen Condado de Huelva se pueden mencionar Espinadura Pálido, de Sauri y el oloroso Botárosle Noble Condado de Viejo.
- Jerez. Las viñas jerezanas fueron plantadas por los fenicios en el siglo XI antes de Cristo. Las viñas del jerez superior se cultivan en tierras calizas, pobres en materia orgánica natura, poco fértiles. El clima es templado, caluroso en verano y con influencia del Atlántico cuyos vientos suavizan el calor de la región. Jerez ubicado en la provincia de Cádiz, en el extremo sureste de Andalucía, frente al Atlántico, el viñedo de Jerez ocupa el centro de un triángulo formado por tres ciudades al norte de Cádiz: Jerez de la Frontera; Sanlcar y el Puerto de Santa María.
- La Rioja. La Ruta del Vino Rioja Alta se sitúa en la zona vitivinícola por excelencia. Es en ella donde se desarrolló fundamentalmente la cultura del vino de la región y de donde proceden parte de los caldos más prestigiosos de La Rioja.
- Madrid. No se tienen datos confiables de los inicios de su cultivo, lo que si puede mencionarse es que hasta el siglo XIII no se empezó a consumir el vino en Madrid fuera de la comarca y hasta el siglo XV no se exportó a otros reinos. A inicios del siglo XX había en Madrid más de 60,000 hectáreas. En el año de 1984 se reconoció la Denominación

⁵³ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino. Op. Cit. 133

⁵⁴ Ibidem. p. 135

Específica Vinos de Madrid y se comenzaron a comercializar los primeros vinos de crianza de ésta zona.

- Murcia. Los vinos de esta zona de Murcia, se caracterizan por su crianza en roble aunque también los hay jóvenes. En ambos casos son de graduación alcohólica muy alta, color granate oscuro y muy densos
- País Vasco. Se ubican los viñedos más septentrionales del país. El océano Atlántico rige el clima, la economía y la industria vinícola, en la que predominan los vinos blancos ligeros y secos que combinan bien con el pescado. Cataluña ubicada en la desembocadura del río Ebro tiene una cultura específica dada la importancia de la pesca y su clima mediterráneo la llevó naturalmente hacia los vinos blancos, además de ser la cuna de los espumosos españoles, los Cava. Castilla-León es el viñedo tradicional del valle del Duero, su clima de tipo continental es templado cerca del río.⁵⁵

⁵⁵ El pequeño Larousse de los vinos: los mejores vinos de América latina y el mundo.—México: Larousse, 2008. – p. 521



<http://www.acadianfarm.com/WineMaster.html> 22-sep-2011

Desde 1985, el vino español ha vivido una revolución cualitativa que parece no tener precedentes históricos. El paisaje vinícola ha cambiado mucho, en este país compuesto por 17 regiones autónomas. Dentro de este contexto tampoco hay que olvidar los rasgos de las denominaciones de origen calificadas más propios de España, aunque el sistema general se haya tomado del francés.

Estas leyes restrictivas se aplican también a la elaboración de vinos promedio de cepas que no necesariamente corresponden a las que prefieren los enólogos.

Desde la incorporación de España a la Unión Europea, los vinos españoles se adaptaron a una normativa europea, clasificándolos en dos grandes grupos: Vinos de Mesa (VDM) y Vinos de Calidad Producidos en Regiones Determinadas (VCPRD), en la actual ley del Vino y de la Viña y el Reglamento sobre Vinos de la Tierra (2003), se establecieron distintas clasificaciones de los vinos según el grado de control y exigencia en el proceso de producción, lo que define el sistema de protección de origen y calidad, así como los tiempos mínimos de crianza.⁵⁶

⁵⁶ Vinos España : un recorrido por la cava y el bar. – Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2006. – p. 26

Una etiqueta de un vino español se debe leer de la siguiente manera: ⁵⁷



* La etiqueta muestra un ejemplo de cómo leerla, aunque en la fuente utilizada aparece distinta información

⁵⁷ Vinos España : un recorrido por la cava y el bar. –Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2006. – p. 28

1.5 Información sobre la vitivinicultura en América.

Hasta el momento se ha realizado una breve descripción de la vitivinicultura en Europa, además se ha realizado también una breve descripción de la historia de la vid en algunos países, por lo anterior es importante saber que sucede en el continente americano

1.5.1 Vitivinicultura en Estados Unidos.

Se dice que el vikingo Leif Ericsson quien desembarcó en Terranova hacia el año 1,000, revela que la vid crecía en esa región con cierta abundancia, por esta razón se le denominó Vinland. Los primeros vinos fueron de mesa, en el siglo XVII los jesuitas produjeron vino en Quebec, como lo hicieron las misiones franciscanas en Nuevo México, sobre el río Bravo.

Estas viñas crecían en estado silvestre desde la costa noreste hasta el centro de la costa atlántica perteneciente a la especie *Vitis Labrusca*, de la cual la variedad más conocida es la Concord, una uva tinta desarrollada por Ephraim Bull, esta cepa robusta de buen rendimiento y resistente a la enfermedades, se fue plantando poco a poco en toda Nueva Inglaterra, el medio oeste y la costa atlántica central. En extremo sur crecía en estado silvestre otra especie indígena, la *Vitis rotundifolia*. La variedad blanca más apreciada de esta especie, la supppernong fue plantada desde las carolinas hasta Florida y luego más al oeste, hacia Missisipi y los estados vecinos.⁵⁸

⁵⁸ El pequeño Larousse de los vinos: los mejores vinos de América ... Op. Cit.. – p. 709

Las primeras referencias a una industria vinícola hablan de Pensilvania, los estados de Nueva Inglaterra, Kentucky y las Carolinas donde se elaboraba vino a partir de cepas locales. Muchos productores trataron de encontrar una uva que produjera vinos estilo europeo por que las especies nativas en especial la *Vitis Labrusca* producían un vino con olores desagradables a “pelaje húmedo”.

Por esta razón se trajeron cepas europeas de la especie *Vitis Vinífera*, pero estos esfuerzos fueron en vano: no resistían los ataques de las enfermedades y parásitos que fueron identificados posteriormente.

Al oeste de las Rocallosas, donde no crecía ninguna cepa indígena, los primeros vinos se elaboraron de una uva traída de México, llamada Criolla. En la década de 1850, miles de esquejes de variedades europeas de *Vitis Vinífera* fueron llevados a California, donde se adaptaron a las condiciones climáticas parecidas a las mediterráneas. La producción vinícola cobró importancia después de la segunda mitad del siglo XIX primero en California y luego en Ohio y Missouri.

A mediados del siglo XIX se comercializaba ya un vino norteamericano de regular calidad: el Catawba. La tribu Catawba en el actual estado de Carolina del Sur dio nombre a un río, ese río a una cepa y esa cepa a un vino que en los últimos años se ha producido mayor cantidad en el estado de New York que en su originario Carolina del Sur.

Las regiones vitícolas en América del Norte se dividen en 5 regiones productoras de vino.

- ✓ California. Domina por mucho la producción y esto nunca va a cambiar, por que goza de un clima suave, con cepas de *Vitis vinifera* bien asentadas y productores con reputación consolidada.
- ✓ Noroeste. En términos vitícolas abarca los estados de Washington y Oregon. Es una región en pleno desarrollo con una creciente fama como productora de vinos de gran calidad.
- ✓ Noreste. Se ubica principalmente en el estado de New York, es el segundo productor aunque abraza el 3 % de la producción del país. Ha adaptado a la *Vitis vinifera*.
- ✓ Sur y medio oeste. Se consideran capaces de producir buenos vinos, que aparecen en lugares insospechados, se considera que el potencial de esta región ha sido desaprovechado.⁵⁹

Por lo que atañe a California la uva llegó desde España vía México por medio de los padres Franciscanos que establecieron sus misiones a lo largo del Camino Real. Su misión era convertir a los indígenas a la religión cristiana y necesitaban vino para celebrar la misa. En 1849, con la fiebre del oro la viticultura se extendió por toda la zona, un poco más de las de 350 mil hectáreas de vid de California está dedicada a producir vino, el resto, la mayor parte se usa para uva de pasa y 10% para uva de mesa.

Las cinco grandes áreas vinícolas americanas (AVA), de California amparan estas denominaciones de origen:⁶⁰

- Costa Norte: al norte de San Francisco: Napa Valley, Sonoma Valley, Los carneros, Russian River, Knights Balley, Guenoc Valley, Mendocino, Colo Ranch.

⁵⁹ Ibidem. – p. 713

⁶⁰ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino ... Op. Cit. p. 62

- Central Valley: al sur de Sacramento y al norte de Napa: Solano County Creen Valley y Suisun Valley.
- Al sur de Sacramento: Lodi y Calrksburg.
- Contrafuertes de la Sierra: al este de sacramento: California Shenandoah Valley, Fiddletown y el Dorado.
- Costa Central: entre San Francisco y Santa Bárbara: Livermore Valley, Santa Clara Valley, Santa Cruz Montains, Mount Harlan, Chalone, Santa Lucía Highlands.

En teoría la historia vinícola moderna de Estados Unidos data al final de la ley seca en 1933, pero en la práctica tardó tres décadas en superar las reminiscencias de dicha ley y hasta finales de la década de 1960. Actualmente ocupa el cuarto lugar de los países productores en cuanto a volumen. Sólo Italia, Francia y España tienen una mayor producción. La mayoría de esa producción se genera en California en un 90%. En la producción se utiliza la Cabernet Sauvignon, la Chardonnay y la Merlot, aunque las producciones de Pinoit Noir y Syrah han aumentado notablemente.



<http://www.piko.com.mx/tag/california/> 29-sep-2011

Una etiqueta de un vino de California se lee de la siguiente manera.⁶¹



* La etiqueta muestra un ejemplo de cómo leerla, aunque en la fuente utilizada aparece distinta información.

⁶¹ Vinos California : un recorrido por la cava y el bar. – Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2006. – p. 28

1.5.2 Vitivinicultura en Argentina.

A partir de una superficie plantada de 212,000 hectáreas Argentina es el quinto productor mundial de vinos con 1,500 millones de litros anuales.

Argentina es el quinto productor mundial de vinos y el sexto consumidor de esta bebida. Con 38 millones de habitantes que beben cada año cerca de 30 litros por persona, casi todo el vino de país es consumido por sus ciudadanos, (contrario a lo que ocurre con sus vecinos chilenos), de cada 10 botellas elaboradas nueve son bebidas por los argentinos y solo una se exporta.⁶²

En general, se trata de zonas con inviernos muy marcados, veranos calurosos, mucha luz solar, y escasas precipitaciones, que suelen obligar a regar artificialmente, creando verdaderos oasis perfectamente delimitados y separados. La mayor parte de los viñedos se asienta en los valles, con pendientes que oscilan entre el 2 % en las regiones de montañas, hasta el 0,2% cerca de las llanuras. A diferencia de lo que ocurre en Europa, Nueva Zelanda o Sudáfrica, no existen prácticamente viñedos en las laderas de las montañas. La altitud varía entre los 450 y los 1,800 m sobre el nivel del mar.⁶³

La historia de la vitivinicultura Argentina se remonta a la época de la colonización, ya que el cultivo de la vid estaba estrechamente unido con las prácticas agrícolas del colono español. A mediados del siglo XVI, los conquistadores llevaron al Cuzco (Perú) las primeras plantas de vid, de la

⁶² El pequeño Larousse de los vinos: los mejores vinos de América ... Op. Cit. – p. 804

⁶³ Vivir en argentina.com Las regiones vitivinícolas de Argentina
http://www.vivirenargentina.com/las_regiones_vitivinicas_en_argentina-286.html 5-sep-2008

especie *Vitis Vinífera*. Desde allí fue conducida a Chile en 1551 y luego introducida a la Argentina por vecinos de Santiago del Estero, seis años después. Desde esta provincia se propagó el cultivo hacia el centro, oeste y noroeste del país. Los antiguos pobladores y soldados consumían vino y pasas, como alimento calórico. Los sacerdotes católicos que vinieron a estas tierras como misioneros, también implantaron viñedos en las cercanías de sus conventos con el fin de poder contar con el vino, que indispensablemente requerían para celebrar la Santa Misa, contribuyendo así a su difusión en las zonas ecológicamente aptas.⁶⁴

La composición mineral de los suelos (capa superficial de arena, limo y arcilla, pobre en materia orgánica y rica en materiales calcáreos) impide que las vides adquieran vigor, por lo que resultan excelentes para la producción de vinos de gran calidad. No es casual que en esta región se cuenten más de 30.00 hectáreas de viñedos y se hayan instaladas cerca de 400 bodegas.

En Argentina, al igual que en otros países europeos como Francia, Italia y España, la Denominación de Origen Controlada (D.O.C.) para la alta calidad enológica ha adquirido prestigio mediante los distintos sistemas establecidos.

Estos sistemas regulan la certificación de los lugares de origen de las cepas empleadas en los vinos.⁶⁵

⁶⁴ Comienzos de la producción vitivinícola en Argentina <http://www.oni.escuelas.edu.ar/olimpi2000/cap-fed/vinos-argentinos/comienzos.htm> 1-sep-2008

⁶⁵ Argentina Turística.com : el vino en la Argentina <http://www.argentinaturistica.com/vinosargen.htm> 4-sep-08

El Instituto Nacional de Viticultura es el encargado de velar por la calidad y control de los vinos en el país. El salto cualitativo que han tenido los vinos argentinos en los últimos años hizo que los vitivinicultores tomarán conciencia de que la comunidad internacional aceptaría de buen agrado que Argentina contará con un sistema de Denominación de Origen entre los cuales destacan: Luján de Cuyo en la Zona Alta del Río Mendoza (1989), San Rafael en el sur (1990) y Valles de Famantina en la Rioja (1995).

Las regiones vitivinícolas que se ubican en la Argentina son las siguientes:

Catamarca

El Valle de Catamarca se ubica en el noroeste, la zona vinícola más importante de la región se encuentra en la parte occidental, en los departamentos de Tinogasta, Fiambalá, Belén y Capayán donde se produce el 70% de las uvas de la provincia, los viñedos de este valle se encuentran a una altura aproximada de 1,800 metros.⁶⁶

Los suelos son bastante homogéneos, de textura media y fina, pobres en materia orgánica, calcáreos y en general, poco salinos. Existe un neto predominio de las variedades rosadas y blancas de vinificar. En el área occidental, el departamento Tinogasta, tiene prácticamente el 70% de la superficie vitícola de la provincia, dedicándose a la producción de uvas para consumo en fresco y para vinificar, con las que se elaboran vinos regionales.

⁶⁶ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino ... Op. Cit. p. 37

Aquí se concentra la mayor cantidad de bodegas de la provincia de Catamarca, que producen casi el 77% de la producción.

- La Rioja. La mayor inversión en la vitivinicultura riojana comenzó en 1939 cuando los colonos italianos de Colonia Caroya, en Córdoba eligieron a Chilecito como una bodega y viñedos.⁶⁷

La zona vitivinícola más importante de la provincia está ubicada en los Valles de Famatina, al oeste de la provincia, entre el Maciso de Velasco al este y el nevado de Famatina al oeste.

La región de los Valles de Famatina posee condiciones óptimas para el cultivo de la vid: más de 1,100 metros sobre el nivel del mar; suelos aluvionales con textura franca a franca-arenosa; baja humedad ambiente, solo 150 mm. de precipitaciones anuales, alta luminosidad y una amplitud térmica promedio, en época estival, que va de los 35° C durante el día y desciende a 17° C por las noches. Todo esto favorecido por la orientación Sur - Norte de los cordones montañosos que evita que los primeros y los últimos rayos solares incidan directamente sobre las vides.⁶⁸

- Mendoza. En el hemisferio sur, las mejores plantaciones de vid se encuentran situadas en torno a los 32° de latitud. En América ese paralelo atraviesa la provincia de Mendoza, en la región de Cuyo que produce el 63 % del total del vino argentino. Los viñedos de Mendoza

⁶⁷ El pequeño Larousse de los vinos: los mejores vinos de América .. Op. Cit.. – p. 822

⁶⁸ Argentina Turistica.com : el vino en la Argentina Op. Cit.

están situados a 900 metros de altitud, con más de 300 días de sol al año.⁶⁹

Existen tres zonas vinícolas: Primera, San Rafael y Tupungato, la más importante de las es la Primera Zona, con las denominaciones de Origen Luján de Cuyo y Maipú, sus viñedos se sitúan entre los 800 y 1,200 metros, San Rafael en el sur, también tiene Denominación de Origen. Tupungato es la más cercana a los andes.

- Río Negro. Se encuentra a 39° de latitud sur. Es un extenso valle que nace a los pies de la Cordillera de los Andes y se extiende en la conjunción de los ríos Neuquén y Limay. Comprende los departamentos de General Roca en la provincia de Río Negro y de Confluencia en la provincia de Neuquén. Es una de las regiones más australes del mundo en donde se cultivan uvas finas y la que está ubicada a una menor altitud dentro de la Argentina (300 m.s.n.m.).

La zona vinícola de Río Negro es un extenso valle que se extiende desde la cordillera de los andes a la conjunción de los ríos Neuquén y Limay. Por ser la más austral y fría, sus viñedos son los que están situados a menor altitud sobre el nivel del mar a 300 metros.⁷⁰

El alto Valle del Río Negro posee muy buenas condiciones climáticas para la obtención de vinos base para espumantes elaborados a partir de la cepa del Semillón, los suelos son de excelente calidad.

- San Juan. En San Juan, la vitivinicultura se desarrolla principalmente en el Valle del Tulum y en menor proporción en los valles de Zonda y Ullum, ubicados entre la Cordillera de los Andes y la sierra de Pie de Palo, a

⁶⁹ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino ... Op. Cit. -- p. 38

⁷⁰ Ibidem. p. 38

ambos lados del río San Juan. También se cultiva la vid en otros valles cordilleranos más altos y en consecuencia más frescos, como Calingasta, Jáchal (a 1.165 m.s.n.m.) e Iglesias.

En esta zona en la región de Cuyo se produce el 23.6 % del vino argentino en ella se encuentran los valles de Tulum, Zonda y Ullum a ambos lados del río San Juan.⁷¹

- Salta. Es otra región donde se producen y comercializan local e internacionalmente vinos de excelente calidad, en la provincia de Salta, dentro del imponente paisaje de los Valles Calchaquíes, se halla la localidad de Cafayate, la más importante de la región para la producción de vinos, que cuenta con los viñedos más altos del mundo (1,700 msnm). En ella, las viñas encuentran un lugar óptimo y se asientan en un suelo franco-arenoso profundo, con ripio y piedras sueltas; donde se efectúa riego por canales, manto o goteo, con un clima templado y seco, bondadoso para el cultivo de la vid.⁷²

⁷¹ Ibidem. p. 40

⁷² Ibidem. p. 39



http://es.argentina-excepcion.com/images/stories/Cartes%20Region/zoomvinsargchi_high.jpg

21/jun/2009

La información que se presenta en la etiqueta es la siguiente: ⁷³



* La etiqueta muestra un ejemplo de cómo leerla, aunque en la fuente utilizada aparece distinta información

⁷³ Vinos Argentina : un recorrido por la cava y el bar. – Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2006. – p. 28

1.5.3 Vitivinicultura en Chile.

Al igual que en el caso de México, las vides llegaron a Chile, Argentina y Perú gracias a los conquistadores españoles en el siglo XVI y prácticamente en la actualidad todos los países sudamericanos producen vino.

Las variedades clásicas francesas de Burdeos (Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Malbec), por lo que se sabe se establecieron en Chile en las décadas de 1850 y 1860. Cuando los viñedos del resto del mundo fueron arrasados por la filoxera a finales del siglo XIX y principios del XX, los de Chile se mantuvieron a salvo. Simplemente la filoxera no cruzó las barreras naturales del país.⁷⁴

Los mejores viñedos se concentran en valles situados en el centro del país, por esta razón es que se describirá brevemente:

- Casablanca. Se cultivan más de mil hectáreas de viñedo, gracias a la proximidad del mar, de humedad y de temperatura., la dominante es la blanca Chardonnay, seguida del Sauvignon Blanc y Gewurztraminer.
- Maipo. Esta zona es la más antigua del país, es una serie de valles que baja desde la cordillera de los Andes acompañado del curso de ríos que descienden desde al Pacífico, el clima es mediterráneo: días calurosos, insolación adecuada y noches frías. Predomina el Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay y Sauvignon Blanc.
- Curicó. Forma parte de la región del Maule. En este Valle se diferencian claramente las zonas vinícolas de Teno y Lontué y las

⁷⁴ Simon, Joanna. Conocer el vino. – Op. Cit. – p. 138

áreas de Molina y la Sagrada Familia, es de clima mediterráneo, relativamente caluroso Con veranos secos e inviernos húmedos, aquí se cultiva la Cabernet Sauvignon, Pinoit Noir y Sauvignon Blanc.

- Rapel. Se sitúa en la región central de Chile, predominan la Carménere, Cabernet Sauvignon, Merlot, Malbec, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Riesling, Pinoit Noir y Semillón.
- Valle de Aconcagua. Desde 1870 existen viñedos en el área de Panquehue. En suelos que fueron lechos de ríos, de baja fertilidad y sometidos a altas temperaturas.
- Maule. Limita con el océano Pacífico por el oeste y la república de Argentina por el este, por su situación geográfica la región cuenta con varios microclimas y suelos, esto hace que se cultiven en ella una variedad de cepas y se produzca un abanico de vinos, la mayoría de los vinos se destinan a la producción de tintos a partir de Carménere, Cabernet Sauvignon, Merlot y Malbec.⁷⁵

Por lo que respecta a la legislación de los vinos chilenos están contenidos en el decreto elaborado por el Ministerio de Agricultura en 1995 que se refiere a la protección de las llamadas zonas de origen, este decreto establece la zonificación vitivinícola y determina valles específicos para el cultivo de la vid y sus correspondientes subregiones, zonas y áreas, los vinos pueden indicar zonas de Denominación de Origen en sus etiquetas. Para dicha clasificación se tuvo en cuenta la latitud en que se encuentra la zona vitivinícola del país: 30° y 40° latitud sur. Estos valles conforman lo que se conoce como Denominación de Origen.⁷⁶

⁷⁵ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino ... Op. Cit.-- p. 51

⁷⁶ Vinos Chile: un recorrido por la cava y el bar. – Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2006. – p. 26



http://www.clubplaneta.com.mx/bar/regiones_vincolas_del_mundo.htm

21/jun/2009

Los elementos que tiene una etiqueta de un vino chileno son las siguientes:⁷⁷



* La etiqueta muestra un ejemplo de cómo leerla, aunque en la fuente utilizada aparece distinta información

⁷⁷ Vinos Chile: un recorrido por la cava y el bar ... Op. Cit. – p. 28

2. La vitivinicultura en Baja California.

Nuestro país es el productor vinícola más antiguo de América, aunque el auge de los vinos de calidad es apenas reciente. La historia del vino en México evidentemente se inicia con la conquista. Se dice que Juan de Grijalva fue el primer español que compartió el vino con los representantes aztecas de Moctezuma hacia 1517 en Tenochtitlan.⁷⁸

La mayor aptitud climática y de suelo, la corona española incentivo los cultivos en México casi desde inicios del siglo XVI. Los viñedos se fueron expandiendo desde el centro hacia las zonas más aptas trazando el mapa de lo que son hoy las principales regiones de producción, mientras iban quedando de lado otras menos favorecidas para la viticultura, como Puebla, san Luis Potosí o Michoacán.⁷⁹

Los misioneros españoles son quienes introdujeron la *Vitis Vinífera*. La vitivinicultura como tal, también fue iniciada en América por los misioneros como el padre Ugarte que, a finales del siglo XVII llevó las primeras vides a la zona de Baja California.

La producción de vino alcanzó tal cantidad que el Rey Felipe II prohibió la producción de vino en la Nueva España por temor a que la producción del virreinato compitiera con los vinos de la península.

⁷⁸ Historia de la Vitivinicultura en México. <http://elparraldebaco.tripod.com/id32.html> 22-sep-2011

⁷⁹ El pequeño Larousse de los vinos: los mejores vinos de América ... Op. Cit. – p. 771

Una problemática más para la industria vinícola mexicana fue la pérdida de los territorios de Texas, Nuevo México, Nueva California y parte de los estados de Chihuahua y Coahuila durante la guerra con Estados Unidos en la segunda mitad del siglo XIX.

El valor de la producción de la industria vinícola mexicana, que genera 7,000 empleos totales, es de 42 millones de dólares anuales, cuando hace 10 años era de poco menos de la mitad: 18 millones. Los principales obstáculos de la industria vinícola en nuestro país tienen que ver con cargas impositivas a la comercialización, prácticamente ningún aliciente al fabricante (lo que se traduce en altos costos), falta de una legislación propia y ausencia de campañas nacionales de promoción y apoyo, pese a tratarse de un sector que alcanzó el reconocimiento internacional hace más de una década.⁸⁰

Ocho empresas generan el 95 % de la producción nacional, algunas de ellas se encuentran en Baja California: Valle Redondo, Bodegas Ferriño y Freixenet.⁸¹

Actualmente se venden 12.7 millones de botellas de vino mexicano dentro del mercado nacional. Otras 780 mil se colocan en el internacional.⁸²

El consumo nacional per cápita nacional ronda los 340 mililitros. Comparado con 12 litros en Estados Unidos, 17 en Chile y 55 en la Unión Europea.

Además del fortalecimiento de los hábitos de consumo, entre las asignaturas pendientes resaltan los costos de operación. La industria vinícola en México

⁸⁰ Radiografía del vino mexicano / María Luisa Aguilar . – En : Día siete. – No. 419. – p. 49-63. – p. -- 52

⁸¹ Radiografía del vino mexicano ... Op. Cit., p. -- 52

⁸² Ibidem, p. 52

tiene sobrecostos de operación de hasta el 50%, lo que hace que el financiamiento resulte más caro respecto a otros países vinícolas.⁸³

2.1 La historia del vino en México.

México es el productor americano más antiguo de vino, pero su industria de vinos de calidad es relativamente reciente. Los vinos rústicos como el tequila, el mezcal entre otros todavía dominan la producción y el país enfrenta una fuerte competencia ante sus vecinos del norte (Estados Unidos) y del sur (Argentina y Chile).

A Hernán Cortés se le considera el promotor del cultivo de la *Vitis Vinífera* en México, el primer sitio del continente americano donde comenzó a ser cultivada regularmente la vid. El 20 de marzo de 1524 –otros dicen que el 24 de marzo del mismo año– firmó las Ordenanzas de buen gobierno dadas por Hernán Cortés para los vecinos y moradores de la Nueva España. Luis Hidalgo, enólogo español, afirma que estas Ordenanzas se hallan en el Archivo del Duque de Terranova y Monteleone, en el Hospital de Jesús, de la ciudad de México.⁸⁴

Con un clima básicamente subtropical, no es de sorprender que México sea el trigésimo segundo país en la lista de la producción mundial de vino y que exporte poco. En México 14 estados se dedican a la producción de uva, entre los que destacan: Sonora, Zacatecas, Baja California, Aguascalientes y

⁸³ Ibidem. p. 54

⁸⁴ Guzmán Peredo, Miguel. El vino en México. <http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/744-El-vino-en-México> 2-feb-2009

Coahuila; los cuales, durante el periodo de 1997 a 2007, contribuyeron con el 97.7% de la superficie sembrada a nivel nacional.⁸⁵

El vino moderno y de calidad se encuentran en las zonas altas del norte de México, y sobre todo en el norte del estado de Baja California.⁸⁶

Cabe mencionar que la península de Baja California tiene 1,257 km. de largo y un promedio de 90 km de ancho, siendo ésta una de las penínsulas más grandes del mundo. Tiene casi el 12% de las aguas territoriales de México.

Posee también 1,381 km de playa a lo largo del Océano Pacífico y 640 km a lo largo del Golfo de California (Mar de Cortés).

El estado de Baja California, está situado en la región noroeste en la semidesierta península del mismo nombre en la que solo brota la vegetación gracias a la humedad de las nieblas matutinas y las brisas marinas. El clima es mediterráneo con inviernos húmedos y veranos secos y templados.⁸⁷

La Península de Baja California es un brazo de tierra que tiene un área de 143,600 km², sin incluir las islas que bordean los aproximadamente 3000 Km. de costa. Estas islas agregan otros 1500 Km. al territorio peninsular. Se encuentra bañada por las aguas del Océano Pacífico (al oeste y al sur) y

⁸⁵ Sistemas Producto: Perspectivas del mercado de la uva
http://www.campomexicano.gob.mx/portal_sispro/index.php?portal=uva 26-sep-2008

⁸⁶ Simon, Joanna. Conocer el vino... Op. Cit.-- p. 141

⁸⁷ Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino ... Op. Cit.-- p. 70

separada del resto del territorio mexicano en el noreste por el Río Colorado y después por el Golfo de California o Mar de Cortés.



Mapas, geografía y clima en baja California Norte

<http://www.travelmap.com/mexico/bajacalifornia.htm> 22-jun-2009

El estado de Baja California está ubicado en el extremo noroeste de México. Comparte la península de Baja California con el estado mexicano de Baja California Sur. Antes de alcanzar categoría de estado en 1953, tenía el nombre de Territorio de Baja California Norte. Tiene un área de 71,576 km², es decir, el 3,57% del país. Limita al oeste con el Océano Pacífico, al este con el Mar de Cortés o Golfo de California y el estado de Sonora, al sur con el estado de Baja California Sur y al norte con los estados de California y Arizona de los Estados Unidos de América.

Su capital es Mexicali que, junto con Tijuana son las ciudades más pobladas, ambas ubicadas en la frontera con Estados Unidos. Otras ciudades de importancia: Ensenada, Tecate, Playas de Rosarito, San Felipe, San Quintín, Ejido Tabasco, Los Algodones y La Rumorosa. El estado tiene poco más de 2.8 millones de habitantes (2005).

Las principales actividades económicas de este estado (Baja California) son la industria manufacturera y la turística; también son parte de estas la producción agrícola, ganadera y pesquera. Respecto al sector de comunicaciones, el estado cuenta con buenas y modernas carreteras que unen los principales destinos dentro y fuera del estado, así como ferrocarriles, puertos marinos y aeropuertos.

La California lleva en su nombre el peso de rumores y leyendas, los europeos del siglo XVI que veían hacia el norte del Caribe y la Nueva España, avizoraban tierras enigmáticas, soñaban con encontrar las siete ciudades del

oro y su capital Cibola, popularizadas por la Crónica del rey Don Rodrigo y la destrucción de España. Muchos fueron los proyectos en este afán de avanzar hacia esas tierras que inflamaban la imaginación y exacerbaban la codicia y que se extendían desde el norte de México hasta la península del Labrador envueltos nombres fantásticos como California, Quivira, Cibola, Tibuex, Nuevo México o La Florida. Tomada de la literatura caballeresca, California aparece en la novela de Garci Ordoñez de Montalvo, *Las Sergas de Esplandián*, publicada a principios del siglo XVI en Medina del Campo. En ella Esplandián, el hijo de Amadis de Gaula, llega a una isla cercana al paraíso llamada California.⁸⁸ A la península se le llamó así por voz común, hacia 1539 al regreso de los supervivientes del viaje que hizo a ella Francisco de Ulloa.⁸⁹

Tradicionalmente se ha cultivado la vid en cinco valles de Baja California, los cuales se mencionan a continuación; Guadalupe- con su Valle de Calafia, Santo Tomás, Rancho Viejo, Redondo, Tamaña. En ellos se cultivan 17,000 hectáreas de viñedo. En los últimos años se ha sumado a esta relación el municipio de Ensenada, en la que elaboran vinos tan importantes como el Liceaga o el vino de Piedra.

Por lo anterior, Baja California es uno de los estados más importantes de México en lo que a producción agrícola y pesca se refiere. Hoy cuenta además con una creciente industria de procesamiento de alimentos.

⁸⁸ Portal Ciudadano de Baja California Gobierno del estado: Historia
http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/historia/baja_california.jsp 27-sep-2008

⁸⁹ Enciclopedia de México. – México : Enciclopedia de México, 2003. – T. 2, p. 782

Entre los productos alimenticios bajacalifornianos destacan:⁹⁰

- Hortalizas: brócoli, espárrago, cebollín, tomate, fresas, dátiles, etc.
- Pescados y mariscos: atún, macarela, sardina, almeja, mejillón, langosta, camarón y abulón.
- Bebidas: jugos de frutas, refrescos, cerveza y vinos.

Especial mención merece la industria vitivinícola, ya que la producción de Baja California equivale a más del 90% del vino producido en el país. Muchos de estos productos, por su alta calidad, son comercializados en los exigentes y sofisticados mercados de Norteamérica, Japón y la Unión Europea.

Las variedades blancas que se cultivan en esta zona son:

- Riesling.
- Chardonnay.
- Chenin Blanc, Muscat.
- Gewurztraminer.

Mientras que dentro de las uvas tintas se cultivan las siguientes:

- Cabernet Sauvignon.
- Merlot.
- Pinoit Noir.
- Zinfandel.

Los vinos de éste estado varietales o no, se exportan a 20 países y se comercian en toda la República Mexicana.

⁹⁰ Baja California : la frontera Mexicana para negocios de éxito.
<http://www.investinbaja.gob.mx/industrias/alimentos.htm> 27-sep-2008

2.2 Antecedentes.

Los jesuitas plantaron las primeras vides en las misiones de Baja California desde 1697 y fueron reemplazados por los franciscanos cuando en 1767 se les expulsó de América. Finalmente los Dominicos continuaron con esa actividad, abriendo nuevas misiones y cultivos en los valles de Guadalupe y Santo Tomás.

Se ha elaborado vino en Baja California desde el siglo XVIII, al traer los misioneros jesuitas a la península sarmientos de lo que después se conocería como uva misión y que hasta la fecha sigue cultivándose. Sin embargo, fue hasta el año de 1834 que los misioneros dominicos establecieron la Misión de Nuestra Señora de Guadalupe del Norte, la cual le dio su nombre al valle. Esta fue la última misión establecida en las Californias y la que menos tiempo funcionó, pues fue abandonada en 1840 después de un ataque indígena.⁹¹

2.3 Siglo XIX

Se sabe que en la misión de Guadalupe se plantaron vides y que probablemente se elaboró vino para consagrar. En 1872, el historiador Miguel Clemente Rojo reportó escuetamente que estaba destruida. Las ruinas de la misión se encuentran aproximadamente a un kilómetro de distancia de Monte Xanic.⁹²

⁹¹ Monte Xanic <http://www.montexanic.com.mx/inicio.html> 2-ago-2008

⁹² Monte Xanic Op. Cit.

2.4 Siglo XX

La historia del vino en el Valle de Guadalupe comienza de nuevo en 1904, cuando un grupo de cien familias rusas, pertenecientes a una secta religiosa llamada "molocanes" compraron las tierras de la antigua misión y ahí se establecieron. Siendo pacifistas, habían abandonado Rusia para evitar ser conscriptos en el ejército zarista. En un principio se dedicaron a cultivos diversos, incluyendo viñedos, de manera que al comenzar a poblarse el valle, muchos de los nuevos propietarios tomaron su ejemplo.⁹³

A partir de la década de 1920 la economía de Baja California y, en particular, su producción vinícola, se ve influida por una creciente demanda de bebidas alcohólicas por el aumento del turismo y de los pedidos de caldos derivados de la prohibición de fabricar y vender bebidas alcohólicas en Estados Unidos. La condición transfronteriza de Baja California con dicho país fue clave. Hubo un aumento generalizado de la demanda de bebidas alcohólicas que propició el auge de la producción vínica en la comarca. Bodegas Santo Tomás se convierte en la primera gran empresa vinícola de Baja California, a la vez que surgen nuevas bodegas en las ciudades de Ensenada, Tijuana y Tecate. Otras ya existentes aumentaron su capacidad instalada de producción. Otro hecho sobresaliente en la configuración de la industria vinícola de Baja California es la llegada de Ángel Cetto, originario de Italia y con amplia experiencia en la producción de vinos. Adquirió una finca en el extremo noroeste del Valle de Guadalupe, la puso en producción y fundó, en 1937, Bodegas Cetto. Su

⁹³ Monte Xanic. Op. Cit.

actividad supuso un fuerte impulso al dinamismo empresarial vitivinícola de la zona, así como un gran salto cualitativo en sus procesos de elaboración.

Los habitantes del Valle de Guadalupe dedicados principalmente al cultivo de la vid desde 1906, se convirtieron en los abastecedores de uva de las bodegas Santo Tomás y L. A. Cetto. El auge de la industria vitivinícola cesó al derogarse en 1933 la “Ley seca”. El turismo estadounidense cayó sustancialmente y, por ende, disminuyó la demanda de vino, provocando con el paso de los años el cierre de varias bodegas. Hubo algunas que lograron adaptarse a los cambios, entre ellas las más representativas de la industria vitivinícola de Baja California: Bodega Santo Tomás y Bodega Cetto. Ambas abrieron una nueva etapa para la vitivinicultura regional al reorientar su producción hacia el consumidor nacional.⁹⁴

El 30 de agosto de 1933 para estimular y activar las actividades industriales y comerciales de las regiones más alejadas del centro del país, el General Abelardo Rodríguez instituye los “perímetros Libres Fronterizos”, lo que se conocerá por muchas décadas como la “Zona Libre”.⁹⁵

Tal como señala Hugo D’Acosta en la década de 1930, surge el concepto moderno de empresa vitivinícola y se establecen redes comerciales en otras regiones mexicanas fuera de Baja California. La producción vinícola ya no se orienta a la demanda turística sino al mercado nacional. Al mismo tiempo se

⁹⁴ Tesis Doctorales de Economía aproximación a la incidencia de la industria vinícola en el desarrollo económico del valle de Guadalupe (México) y la manchuela (España)
<http://eumed.net/tesis/2007/tesislsz/9.htm> 10-sep-2008

⁹⁵ Magoni, Camilo. “Historia de la vid y el vino en la península de Baja California”. – Tijuana :Universidad Iberoamericana, 2009.—151 p.

mejoran las prácticas vitícolas y enológicas y se incorpora tecnología moderna para producir mejores caldos. A finales de la década de 1960 hay un repunte en la demanda mexicana de vino derivado del aumento del ingreso de la población. Ello implicó la reactivación de la vitivinicultura en Baja California, y en otros Estados con tradición vínica como Aguascalientes, Coahuila, Querétaro y Zacatecas. La producción y variedad de vinos crece y, consecuentemente, también la gama de vinos ofertados (tintos, blancos, rosados y generosos). Dicha reactivación se detiene a partir de 1980 por los efectos de la crisis económica y financiera del país. La gran mayoría de las bodegas quiebran o modifican su actividad ante los estrangulamientos y problemas financieros ocasionados por la recesión. La superficie de viñedo mexicana disminuye entre 1984 y 1998 en un 36 por ciento (de 70.250 a 41.000 hectáreas).⁹⁶

Con el ingreso de México en el GATT en 1986 los productores nacionales han de afrontar la intensa competencia internacional, además de unas condiciones internas desfavorables como la elevada imposición fiscal sobre la producción vinícola imperante en el país que agravan aún más la difícil situación de las bodegas mexicanas. A pesar de ello, en Baja California surge un fenómeno excepcional: Aun cuando varias bodegas desaparecen, nacen otras orientadas a producir vinos de calidad: Monte Xanic, Château Camou, Casa de Piedra, Viñas Liceaga, Cavas Valmar y Vinos Bibayoff. Como apunta Hugo D'Acosta: “en los últimos 10 años el vigor de la zona es otro. Nacen nuevas empresas y las ya existentes se modernizan pero, sobre todo, establecen un compromiso

⁹⁶ Tesis Doctorales de Economía Op. Cit.

con el vino, con su origen. La palabra personalidad empieza a difundirse entre los productores.”⁹⁷

En la primera mitad del siglo XX, se plantaron nuevos viñedos y aumentó la producción de vino. Se establecieron varias grandes empresas vinícolas y los vinos elaborados en el Valle de Guadalupe comenzaron a adquirir fama de tener buena calidad. En años recientes, el enfoque ha sido mejorar la calidad; los resultados son evidentes, pues los consumidores comienzan a reconocer el carácter único de estos vinos.

2.5 Regiones vitivinícolas en el estado.

Los viñedos de Ensenada, Baja California, se encuentran en el área sur de la línea fronteriza que se extiende, desde Mexicali hasta Ensenada, en una posición perpendicular al océano Pacífico, por lo que tienen un buen grado de influencia marina debido a un permanente ir y venir de los vientos tierra-mar-tierra.

A Ensenada se le conoce como la Cenicienta del Pacífico, es reconocida por sus atractivos naturales y turísticos. Se encuentran parques nacionales, pinturas rupestres, un espectacular géiser marino denominado La Bufadora, ubicado a 35 kilómetros al sur de Ensenada, es un profundo cañón submarino que desemboca en una cueva en el risco. Entre los eventos reconocidos están la Fiesta de la Vendimia en el Valle de Guadalupe, una festividad alrededor de

⁹⁷ Ibidem.

la cosecha de la uva que conjunta a un gran número de visitantes que llevan a cabo eventos como visita de las bodegas, degustación de vinos, rodeo, baile y comida.⁹⁸

La península de Baja California presenta dos grandes regiones climáticas: la primera, al Noroeste, con un clima mediterráneo, con temperaturas templadas la mayor parte del año y lluvias en invierno; es en esta región donde se asienta la mayoría de la población; y la segunda, en la parte oriental, con un clima extremoso semiárido y escasas lluvias durante todo el año. Las dos regiones están divididas por las sierras La Rumorosa, Juárez y San Pedro Mártir.

Esta es la zona templada conocida como la franja del vino, situada entre los 30 y 50 grados de latitud norte y cuyas propiedades climáticas se conocen como las de clima mediterráneo: hay inviernos húmedos y veranos secos y templados, eso permite obtener cosechas de máxima calidad.

A continuación se mencionan los valles donde se produce vino en Baja California:

- Valle de San Antonio de las Minas al noroeste de Ensenada.
- Valle de Guadalupe y Valle de Calafia al noroeste de Ensenada.
- Valle de Santo Tomás, a 45 Km., al sur de Ensenada.
- Valle de San Vicente, a unos 90 Km., al sur de Ensenada.
- Valle de Ojos Negros, a 40 km., al este de Ensenada.
- Valle de la Grulla, a 30 km., al sur de Ensenada.⁹⁹

⁹⁸ Portal Ciudadano de Baja California : Gobierno del Estado : Municipios.

http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/municipios/ensenada.jsp 27-sep-2008

⁹⁹ México Desconocido: Guía especial “La Ruta del Vino de Baja California: 215 kilómetros de placer.
ISSN 1870-9397

Dice Emile Peynaud, Consejero de la Escuela Superior de Enología de Burdeos (Francia) que el viñedo de Calafia, situado en el corazón del Valle de Guadalupe, a 335 metros sobre el nivel del mar es una verdadera colección botánica en donde se encuentran reunidas las mejores variedades de uva en el mundo".¹⁰⁰

Ubicada en la parte norte del Estado de Baja California, la Ruta del Vino goza de un clima Mediterráneo ideal para el cultivo de la vid. En México, hay pocos microclimas como el que existe la Ruta del Vino, que combinan esas características únicas de altitud, tierra, temporadas, tiempo y temperatura, sin olvidar el amor por el arte de hacer buen vino. Los Valles de San Antonio de las Minas, Guadalupe y Calafia, son el corazón de la Ruta del Vino, misma que se extiende al norte al Valle de las Palmas en el municipio de Tecate, y al sur de Ensenada a los Valles de Santo Tomás y San Vicente.¹⁰¹

La Ruta del Vino ofrece una gama amplia de atracciones que van desde las más pequeñas vinícolas familiares hasta los productores a gran escala. Por lo que se encuentran desde pequeños restaurantes campestres familiares hasta la más fina mesa además sitios para acampar, ranchos, centros artesanales, museos, hoteles tipo Bed & Breakfast, boutiques de vinos, galerías de arte, cultura indígena y sitios naturales.

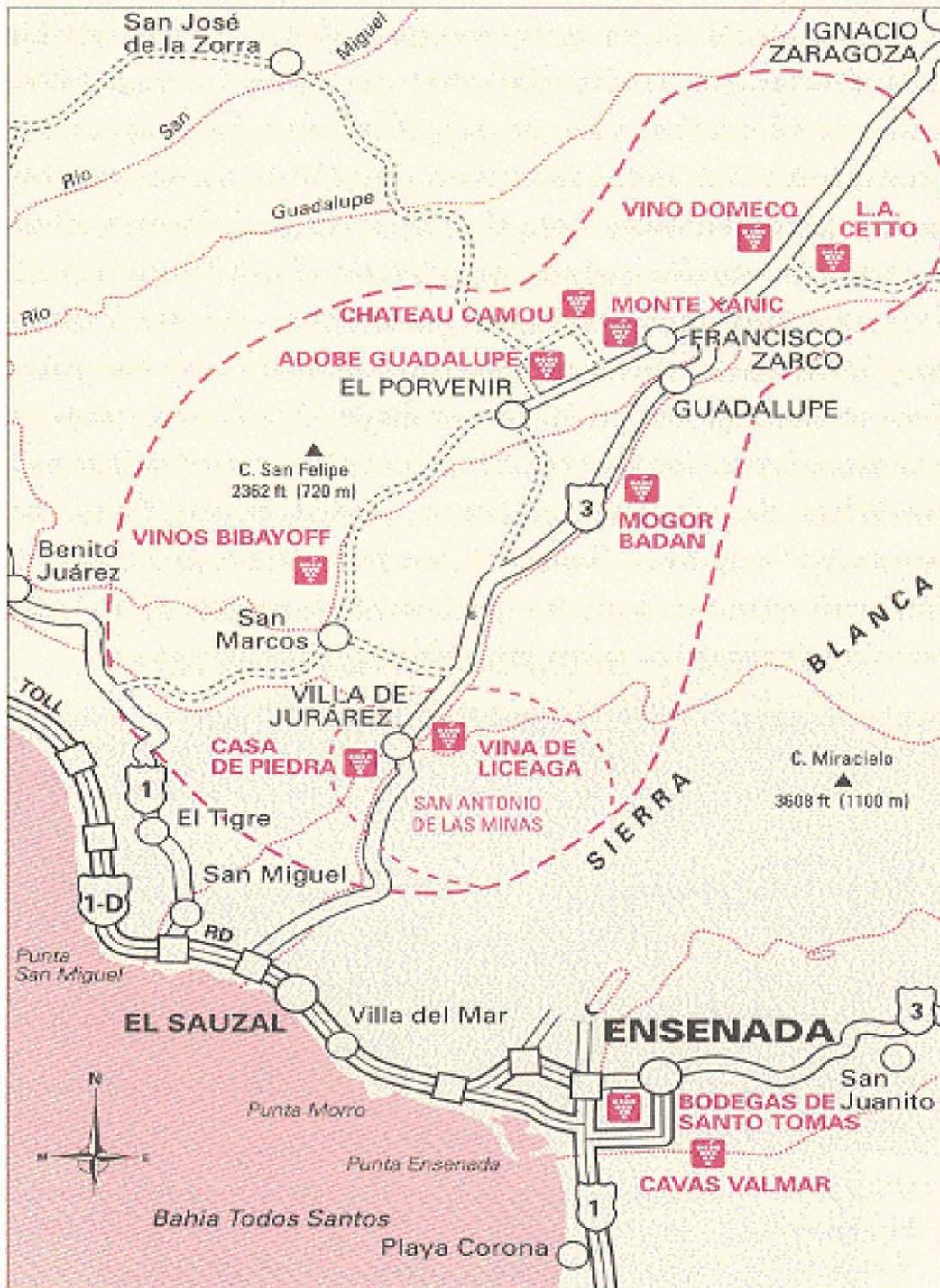
¹⁰⁰ Zona vinícola de Baja California. <http://vinomex.homestead.com/bajaPresentacion.html> 30-junio-2008

¹⁰¹ Secretaría de Turismo baja California Ruta gastronómica
<http://www.descubrebajacalifornia.com/gastronomia/bebias.htm> 30-ago-2008

Ubicada en la parte norte del Estado de Baja California, la Ruta del Vino goza del clima Mediterráneo ideal para el cultivo de la vid. Hay pocos microclimas en México que combinan esas características únicas de altitud, tierra, temporadas, tiempo y temperatura. Sin olvidar el amor al arte de hacer vino. ¹⁰²

Los valles de Calafia, Guadalupe y San Antonio de las Minas son el corazón de la Ruta del Vino que se extiende también hacia el norte al Valle de las Palmas y hacia el sur a los Valles de Santo Tomás y San Vicente Ferrer.

¹⁰² Baja California: la frontera mexicana para negocios de éxito : Ruta del vino.
<http://www.investinbaja.gob.mx/estilo/recreacion.htm#06> 27-sep-2008



2.5.1 San Antonio de las Minas.

San Antonio de las minas es un pequeño pueblo de 494 habitantes, ubicado a 240 metros de altitud y considerado uno de los principales atractivos ya que es el corazón de la llamada ruta del vino, que se extiende también hacia el norte al Valle de las Palmas y hacia el sur a los de Santo Tomás y San Vicente Ferrer, lugares en donde se cultivan uvas Chenin Blanc, Colombard, Sauvignon Blanc y Chardonnay para los vinos blancos, al igual que Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Grenache, Carignan, Barbera, Nebbiolo y Zinfandel para los tintos. En el pueblo puede visitar los vestigios de las Minas de San Antonio, las cuales dieron origen a este poblado en el siglo XIX. En el museo, ubicado en la calle principal, podrá deslumbrarse con los restos de una compañía minera abandonada del siglo XIX.¹⁰³

A continuación se presentan algunas de las vitivinícolas que se encuentran en este valle:

- Viñas de Liceaga. La historia de viña de Liceaga inició en el año de 1982 cuando se adquirieron 20 hectáreas en el kilómetro de la carretera Tecate-Ensenada bautizando la propiedad con el nombre de “Rancho El Paricutín”. En 1983 se establece el viñedo con 10,000 plantas de uva de mesa y es hasta 1991 cuando se toma la decisión de convertirlo a uva de vino, proceso que se lleva a cabo en forma gradual año con año terminando dicha reconversión a través de injertos en el invierno 1997-1998. Los injertos se realizaron con plantas de uva Merlot en un 60% y de uva

¹⁰³ Caminata mensual a San Antonio de las Minas en Ensenada <http://bajacalifornia.travel/caminata-mensual-a-san-antonio-de-las-minas-en-ensenada/> 1-sep-2008

Cabernet Franc en un 40 %. La producción de vino comenzó en 1993; a medida que la producción se fue incrementando en el año de 1998 se adquieren los primeros equipos que permiten la total elaboración del vino.¹⁰⁴

Actualmente con las instalaciones que se tienen se espera una producción total estimada en 5 años de 10,000 cajas de 9 litros.

Sitio: www.vinosliceaga.com

- La Casa Vieja. A inicios del año de 2007, Humberto y Collen Toscano, abrieron al público la Casa Vieja, un rancho histórico de adobe, donde creció Humberto Toscano.

La fuerza que los impulsó durante este proyecto de restauración de cinco años, fue la memoria de la madre de Humberto, Doña Petra, que fue conocida en todo el Valle de Guadalupe por sus artes en la cocina, enlatando y vendiendo los productos hechos en su cocina de las frutas de su propio rancho.

Después de la muerte de doña Petra y don Agustín la casa quedó en el abandono hasta que los Toscano regresaron al rancho en el año de 2002 con la idea de recrear el ambiente de niños, ahora la Casa Vieja cuenta con una barra de vinos, comedor y terraza, así como una tienda de regalos y galería de arte con un ambiente rústico.¹⁰⁵

- Casa de Piedra. Las instalaciones de la vinícola se encuentran en el km 93.5 en el Valle de San Antonio de las Minas en Baja California. En Casa de Piedra se busca hacer vino de autor, aprovechando las uvas de los diferentes microclimas, la más alta tecnología y la sensibilidad enológica a una escala que permita cuidar cada botella e imprimirle en lo posible la personalidad del enólogo y de y de la vinícola.

El edificio es cálido, de intimidad hogareña con instalaciones bien equipadas, tanques de acero inoxidable de pequeña capacidad con control de proceso computarizado, área aséptica de fermentación, amplia área de añejamiento, cava subterránea y manejo de líquidos semigravitacional.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Viña de Liceaga. Historia <http://www.vinosliceaga.com/> 1-sep-2008

¹⁰⁵ La Casa Vieja: Barra de vinos y galería de arte. – México: La Casa Vieja, 2000?. -- Folleto

¹⁰⁶ Vinos Casa de Piedra <http://www.vinoscasadepiedra.com/ind2.htm> 2-ago-2008

Su primera cosecha fue en el año de 1997. Su propietario y enólogo es Hugo D'Acosta, quien antes trabajó en Santo Tomás. Elabora un tinto de guarda, el Vino de Piedra, mezcla de las variedades Tempranillo y Cabernet Sauvignon, de gran cuerpo e intensidad de aromas y sabores. La segunda cosecha es la de 1998.¹⁰⁷

- Vinisterra. La vinícola de Vinisterra se encuentra ubicada en el poblado de San Antonio de las Minas, a 25 kilómetros de Ensenada; tomando la carretera Tecate-Ensenada para llegar en 20 minutos, partiendo de la ciudad de Ensenada.¹⁰⁸

El edificio está construido con materiales térmicos, y semienterrado para guardar temperaturas frescas naturales. El ladrillo es fabricado en el poblado de San Antonio de las Minas.

El empresario Guillermo Rodríguez Macouzet originario de Ensenada, y un grupo de amigos para sus rondas de domino, empezaron a mandar a embotellar vino que ellos mismos escogieron en las vinícolas de la región. Guillermo se apasiono cada vez más, y empezó a desarrollar, con espíritu y corazón de aficionado, sus propias etiquetas Château Domino y Macouzet. En esto se forma una amistad entre Guillermo y el enólogo suizo, Christoph Gaertner, desde 1996 trabajaban en Ensenada, Baja California.

En el año 2002 los dos forman la empresa vitivinícola Vinisterra, S. A. de C. V., dedicada al cultivo de la vid y la producción de vinos. Los vinos ahora se elaboran bajo la supervisión de Christoph Gaertner. La filosofía es de buscar y expresar las diferentes características de los valles y sus viñedos en la región, de trabajar con el máximo cuidado en los detalles y representar con orgullo el origen Bajacaliforniano.¹⁰⁹

En la actualidad Vinisterra ofrece dos líneas de vino, la etiqueta "Viña Domino" en Blanco y Tinto y la etiqueta "Macouzet", con un assemblage de Cabernet Sauvignon y Merlot. Con entusiasmo esperamos liberar un Macouzet Tempranillo en este año, y un poco más adelante un nuevo vino a base de las uvas Grenache y Tempranillo.

¹⁰⁷ Vinos Casa de Piedra ... Op. Cit.

¹⁰⁸ Vinisterra: el arte del buen vino <http://www.vinisterra.com/esp/index.htm> 2-ago-2008

¹⁰⁹ Vinisterra: el arte del buen ... Op. Cit.

- Bibayoff. David Bibayoff, cuya familia llegó de Rusia y se estableció en México en el año de 1907, fundó hace unos años la Casa Bibayoff, una vinícola pequeña ubicada en el Valle de Guadalupe.

"Cuando niño veía que fermentaban uvas en la yarda de atrás; hacían los vinos, los metían en barricas de madera y me llamó la atención desde chico el hacer vino; empecé con un galoncito, después con un garrafón, luego un barrilito y así me fui", explicó. El gusto por el vino le viene a Bibayoff de su abuelo materno, quien en 1930 obtuvo permisos para realizar el vino en forma comercial, pero sólo lo hacía de manera casera; ahora es su nieto quien continúa la tradición y participó este año, por primera vez, en las Fiestas de la Vendimia. "Originalmente, mi idea era producir uvas y venderlas, quedarme con ese negocio y hacer vinito nada más para mi consumo, pero con el tiempo comencé a cambiar de idea y vi que la uva para vino también salía muy bien y así sigo con la tradición familiar". De hecho se trata de mantener un poco la línea de vinos que siguen los rusos, que es de tipo tradicional, un poquito artesanal con técnicas modernas; mis vinos los hago para el mercado y trato de meter el 100 por ciento del varietal sin mezclarlos, para que sean de óptima calidad", dijo David Bibayoff.¹¹⁰

"Soy una vinícola muy chiquita, ando alrededor de 400 ó 500 cajas, por lo cual no incursionó aún en el mercado internacional. Este año creo que voy a producir alrededor de mil cajas, pero quiero llegar a las dos mil y ahí quedarme", comentó.¹¹¹

- Vitivinícola Tres Valles. Ésta vinícola se encuentra a 20 Km., de Ensenada, y este proyecto surge en el año de 1999 cuando un grupo de amigos coincidieron en el deseo de elaborar y aprender de vino. Pronto se presentó la oportunidad de elaborar la primera cosecha, al principio, la idea era producir un vino para compartir con la familia y amigos, pero después del buen resultado, decidimos formalizar nuestro proyecto y lanzar nuestros vinos al mercado. Así nace Vitivinícola Tres Valles, S. A. de C. V., y su nombre se otorga por que las uvas con las que producimos nuestros vinos provienen de los tres valles más importantes

¹¹⁰ Vino Mexicano <http://www.vinomexicano.com/bibayoff.htm> 2-ago-2008

¹¹¹ Vino Mexicano ... Op. Cit.

de la zona: Valle de San Vicente Ferrer, Valle de San Antonio de las Minas y Valle de Guadalupe.¹¹²

Para la obtención de la uva Tres Valles tiene acuerdos con diferentes agricultores, donde ellos proporcionan la tierra y el personal de la vinícola el conocimiento sobre las uvas y el cuidado de los viñedos, para lograr que año con año, la calidad de las uvas mejore y el resultado se encuentra en sus vinos.

El edificio está construido con la idea básica, la filosofía de la empresa: honestidad y sencillez, respetando el entorno natural que la rodea.

- Lafarga. “Somos una pequeña y entusiasta empresa familiar, con un proyecto vinícola a mediano plazo, sin prisas y con pasos firmes enfocados a la utilización y el desarrollo ordenado de nuestros valles, optimizando los recursos naturales, creando fuentes de trabajo, disfrutando nuestro cariño por el campo, el gusto y amor por el vino”.¹¹³

El objetivo de ésta vinícola es hacer vinos singulares y personales, que transmitan todo el afecto que sentimos hacia nuestra tierra y nuestro entorno.¹¹⁴

Sus actividades iniciaron en el año de 1997, con la adquisición de un predio de 3 has., En el valle de San Antonio de las Minas, y la plantación fue de 1.25 has.

Consideramos a nuestra vinificación artesanal, que es ya de por sí, un arte desde su simplista definición; como un conjunto de preceptos o reglas que son necesarias para hacer bien las cosas; y desde el punto de vista de la acepción modernista, como el conjunto de actividades humanas que tienden a la consecución de una finalidad de orden estético.¹¹⁵

¹¹² Tres Valles: vitivinícola <http://www.vinostresvalles.com/quienessomos.htm> 27-ago-2008

¹¹³ Viñedos Lafarga <http://www.lafargavin.com/index.html> 28-ago-2008

¹¹⁴ Viñedos Lafarga Op. Cit.

¹¹⁵ Viñedos Lafarga Op. Cit.

2.5.2 Valle de Guadalupe.

El Valle de Guadalupe, es una región vitivinícola localizada en el estado de Baja California, México. Se le conoce equivocadamente también como *Valle de Calafia*, nombre que se ha intentado usar para promover los productos de esta región a nivel nacional e internacional, sin embargo, el nombre correcto es *Valle de Guadalupe*, establecido gracias a la misión que los franciscanos establecieron en una de sus mesetas la Misión de Nuestra Señora de Guadalupe del Norte, misma que los indígenas nativos destruyeron en el año de 1840 aproximadamente.¹¹⁶

Es el valle que más desarrollo de cultivos ha tenido en los últimos años. Se ubica a 30 Km., de Ensenada y a unos 95 de Tijuana. Sus viñedos son los más nórdicos de México y la distancia del mar es de entre 15 y 20 kilómetros. Este valle alberga a las dos bodegas más grandes del país, L. A. Cetto y Pedro Domecq, esta última comprada en 2005 por Pernod Ricard.

El encanto rural y agreste del Valle de Guadalupe ha cedido cierto espacio a la necesidad de colocar mayor infraestructura y proyectos para realizar su vocación turística y comercial. Hoy en día, el creciente prestigio de los vinos de la región y celebraciones como las Fiestas de La Vendimia atraen anualmente a más de tres millones de visitantes al Valle de Guadalupe, según recuentos de los vinicultores y datos de la Asociación de Vinicultores de Ensenada.

¹¹⁶ Valle de Guadalupe en Wikipedia.
[http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Guadalupe_\(Baja_California\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Guadalupe_(Baja_California)) 30-junio-2008

De acuerdo con la Asociación de Vinicultores de Ensenada (AVE), hay al menos 27 bodegas vinícolas establecidas en el Valle de Guadalupe que producen alrededor de 50 marcas de vino reconocidas, a las que se suman más de 80 vinos artesanales elaborados por productores menores. Al menos cinco productores de vino están a punto de alcanzar el nivel de bodega con capacidad de producir más del 70 por ciento del vino en sitio, y se espera que al menos otras tres abran en esta década en el Valle, según recuentos de la AVE. “El Valle está creciendo mucho, ha tenido mucho auge y este fenómeno se está extendiendo al Valle de Santo Tomás, Valle de las Palmas, San Antonio de las Minas, Ojos Negros porque aquí ya se están agotando o saturando las extensiones de terrenos de plantación”, indicó Juan Ríos, propietario de la bodega Barón Balché. En el universo que conforma la región vinícola del Valle de Guadalupe se dedican al menos 3,000 hectáreas a la producción de uva, de los que el 60 por ciento se cultiva en Santo Tomás y San Vicente, el 35 por ciento en San Antonio de las Minas y Guadalupe y el restante en Tecate y Ojos Negros, según datos oficiales.¹¹⁷

Algunas casas vinícolas más que se encuentran también en el Valle de Guadalupe son:

- ✓ Vinos Fuentes.
- ✓ Vinos de La Casa de Ole
- ✓ Adobe Guadalupe.
- ✓ Casa de Piedra.
- ✓ Monte Xanic.
- ✓ Viñas de Liceaga.
- ✓ Barón Balché.

¹¹⁷ En auge el valle de Guadalupe, cuna del vino mexicano. <http://erickfalcon.wordpress.com/en-auge-el-valle-de-guadalupe-cuna-del-vino-mexicano/> 1-sep-08

- ✓ Chateau Camou.
- ✓ Vinisterra.
- ✓ Doña Lupe (Rancho la Gotita (productos 100% orgánicos)).

Esta es una de las zonas más tranquilas e interesantes del norte de Baja California. Es el destino ideal para una excursión fuera de la ciudad, en un ambiente campirano. En la zona se pueden visitar 2 museos que muestran lo más representativo de la historia de la zona, como las primeras colonias rusas, y los pobladores indígenas que aun brindan sus artesanías y servicios a los visitantes.

El Valle de Guadalupe es un lugar excepcional, se encuentra en la vertiente occidental de la península, enclavado en el suave declive de las montañas hacia la costa del Pacífico; a esta tierra de clima cálido y seco llega la brisa y la neblina oceánica, lo que le confiere un ambiente mediterráneo. El invierno es frío y lluvioso, debido a los vientos monzónicos del noroeste y el verano cálido, debido a los vientos del sureste, lo que brinda un clima propicio para que la vid crezca y madure.¹¹⁸

Se pueden hacer recorridos por las grandes cavas como L. A. Cetto y Domecq, cavas familiares más pequeñas como la Casa de Doña Lupe, Vinos Sueños, Don Juan, lugares impresionantes como Monte Xanic, donde se podrá degustar las producciones de vinos, brandis y mezcal, panes, quesos, aceites de oliva, y también sentir aromas únicos y especiales de las especies de la región.¹¹⁹

¹¹⁸ Vinos L. A. Cetto: vinos con nombre y apellido. <http://www.lacetto.com/> 28-ago-2008

¹¹⁹ Valle de Guadalupe y la ruta del vino. <http://bajaviajes.com/valledeguadalupe.html> 30-jun-2008

A continuación se presentan algunos datos respecto de las vinícolas que se ubican en el valle de Guadalupe:

- L. A. Cetto. Es una empresa mexicana, establecida en el Valle de Guadalupe en Baja California, por Don Angelo Cetto.

Entre la producción de sus vinos cuenta con cuatro líneas: Clásica, Reservas Privadas, Don Luis Selección Reservada y Reserva Platino, vinos 100% mexicanos, resultado del desarrollo de nuevos perfiles, con características y cualidades originales.

Hoy, con más de 75 años de tradición y calidad, son sin duda una de las más importantes vinícolas en la industria mexicana; un total de 132 premios internacionales obtenidos en Francia, Italia, España, Inglaterra, Canadá y Estados Unidos, los convierten en la vinícola mexicana más reconocida internacionalmente; premios que confirman nuestra calidad, en los más de los 25 países a los que exportamos en la actualidad.¹²⁰

En el año de 1926 llegó de Italia un visionario hombre, Don Angelo Cetto, quien asentó esta empresa en una ciudad ubicada junto a la frontera norte del país: Tijuana, utilizó la experiencia y conocimientos que tenía en la producción de vinos y licores adquirida en su natal Trentino.

En este año de 1951 una segunda generación siguió los pasos de su fundador, Don Luis Agustín Cetto, quien fiel a la tradición familiar se incorpora de manera formal al negocio y consolida el cultivo de variedades en un privilegiado lugar, el Valle de Guadalupe en Baja California, donde comenzó a sembrar las primeras variedades finas y con ello apuntaló la expansión de la industria de vinos mexicanos desde los tiempos de la colonia.

En la década de los sesenta al setenta, los Cetto son propietarios de dos vinícolas: Productos de Uva en Tijuana, que tomó el lugar de las antiguas bodegas Cetto y Vinícola de Tecate. En Tijuana se producían los vinos tintos y generosos; en Tecate los vinos blancos, un

¹²⁰ Vinos L. A. Cetto: vinos con nombre y ...Op. Cit. -- 28-ago-2008

concentrado y un destilado fino producido en alambique de olla con doble destilación.

En 1981 se une a este esfuerzo, la tercera generación de la familia: Luis Alberto Cetto para reforzar el crecimiento de la empresa y fortalecer la historia del grupo, contribuyendo también a la apertura de los mercados internacionales para los vinos mexicanos, sin perder de vista el objetivo de ampliar el círculo de los consumidores mexicanos de vino de mesa, trabajando para impulsar todas las marcas de vino mexicano, lo que lo ha llevado a comprometerse con la Asociación Nacional de Vitivinicultores, de la que es presidente desde mayo del 2002.¹²¹

- Monte Xanic. Fue fundada en el año de 1987 por cinco personas cuyo objetivo principal ha sido marcar la pauta de la viticultura mexicana, mediante producir únicamente vinos de máxima calidad.

El nombre "Xanic" proviene del lenguaje de los indios Cora, quienes todavía habitan regiones de Nayarit, entre Puerto Vallarta y Mazatlán, en la costa del Pacífico de México, y quiere decir "flor que brota después de la primera lluvia".

En noviembre de 1987, durante la primera visita a las ochenta hectáreas que hoy forman parte de nuestro viñedo, empezó la primera lluvia de la temporada, esta señal nos pareció indicar que este nombre "Monte Xanic" era el más apropiado.¹²²

Desde su fundación en 1987, Monte Xanic ha tenido como objetivo y filosofía el marcar la pauta de la viticultura mexicana, al producir cosechas de la más alta calidad para elaborar vinos mexicanos de clase mundial. Esta filosofía se basa en la convicción de que la calidad vende más que una imagen fabricada.

Monte Xanic, es una destacada casa vinícola ubicada en el Valle de Guadalupe y encabezada por el enólogo Hans Backhoff y que a lo largo de ya casi 20 años, se han ganado un lugar y reconocimiento no sólo a nivel nacional sino a nivel internacional con sus vinos 100% mexicanos. Los "caldos" de gran carácter, fiel al reflejo del terruño de Valle de Guadalupe llegan a evolucionar excelentemente con la guarda.

¹²¹ Vinos L. A, Cetto: vinos con nombre y ... Op. Cit.

¹²² Monte Xanic Op. Cit.

Actualmente elabora tres líneas: Monte Xanic, Gran Ricardo y Calixa. La primera es emblemática pues es con la que se inició la bodega y los hay en variedades tintas y blancas.¹²³

Entre los vinos tintos que Monte Xanic produce se encuentra los siguientes:

- Monte Xanic Cabernet Sauvignon-Merlot.
- Monte Xanic Cabernet Sauvignon.
- Monte Xanic Merlot. Monte Xanic Petite Verdot
- Monte Xanic Malbec Monte Shanic Syrah.

Mientras que los vinos blancos que produce se encuentran los siguientes:

- Viña Kristel Sauvignon Blanc.
 - Monte Xanic Chenin Colombard
 - Monte Xanic Chardonay
 - Monte Xanic Chenin Blanc cosecha tardía.
- Pedro Domecq. La tradición familiar de las bodegas Domecq se inicia en 1730 con el precursor de la bodega, el irlandés Patrick Murphy, que adquiere la espectacular dimensión que la distingue en la actualidad a mediados del siglo XIX, con la llegada a Andalucía en 1816 de Pierre de Domecq Lembeye, joven y emprendedor aristócrata francés, que era socio de la firma inglesa Ruskin, Telford & Domecq y su misión era, precisamente, la de representar en España a esa prestigiosa casa londinense en el comercio de vinos. Pero las bodegas, los vinos, los caballos y los aires de Jerez hicieron su efecto y convirtieron al poco tiempo a Pierre Domecq en... Pedro Domecq, razón social de la empresa fundada en 1822. Así fue como Domecq estrenó su propio negocio y su bodega se convirtió, rápidamente, en proveedora de la Casa Real. Pedro Domecq compró fincas y pagó en aquella época una fortuna (800.000 reales) por las mejores viñas que se integran dentro del prodigioso suelo agrícola de Pago Macharnudo, localizado en la Campiña de Cádiz, con sus inconfundibles tierras albarizas, que conservan sus nombres dorados: Majuelo, Cerrón, Los Arcos, El Obispo,

¹²³ Ibidem. 2-ago-2008

El Pozo de la Estrella, etcétera, y constituyen la zona más preciada del Jerez Superior.¹²⁴

La empresa pasa por una serie de cambios, los cuales se pueden sintetizar en lo siguiente: “La multinacional británica Allied Lyons, que ya tenía participación en el accionariado de la compañía, adquiere en 1994, la totalidad de Domecq, pasando a denominarse Allied Domecq y constituyendo uno de los primeros grupos mundiales en el sector de vinos y bebidas espirituosas. Antonio Ariza Cañadilla se convierte en Presidente de Honor Vitalicio y Antonio Ariza Alduncin asume la responsabilidad de la empresa”.¹²⁵

- Adobe Guadalupe. La historia de este lugar en el Valle de Guadalupe empieza con un joven llamado Arlo, quien falleció en un trágico accidente automovilístico. Arlo sintió toda su vida una fascinación por ciertos aspectos de la cultura mexicana, desde los viñedos y sarapes hasta la Virgen de Guadalupe. Quizás desde entonces la llamada de Adobe fue escuchada aunque estuviera a años de ser construido.

En un viaje a París después de la muerte de Arlo, su madre, Tru, creyó firmemente en una señal especial durante una visita a la catedral de Notre Dame. Justo dentro de la catedral vio una silla mexicana acomodada de manera inusual con un sarape encima. Parecía fuera de lugar y esta imagen fue la primera semilla para que Adobe Guadalupe empezara a crecer.¹²⁶

Dos años después, Tru y su esposo Donald regresaron a París en busca de un lugar donde depositar las cenizas de Arlo para que descansaran junto con las cenizas del padre de Tru. Recordando la extraña coincidencia, Tru regresó a Notre Dame y no sólo encontró que la silla y el sarape aún estaban ahí sino que ahora formaban parte del altar dedicado a la Virgen de Guadalupe. En ese momento el llamado de Adobe fue finalmente escuchado y Tru tuvo una clara visión de que quería pasar el resto de sus días en México. Este sentimiento de paz y

¹²⁴ Casa Pedro Domecq

<http://www.domecq.com.mx/historia/historia.cfm?CFID=268906&CFTOKEN=12221370> 11-sep-2008

¹²⁵ Casa Pedro Domecq. Op. Cit. --3-jul-2010

¹²⁶ Adobe Guadalupe: Nuestra Historia http://www.adobeguadalupe.com/esp/adobe_history_esp.html 2-ago-2008

destino significó para Tru que Arlo no quería separarse de ella, aún en la muerte, y que prefería ser sepultado en un cálido lugar en México.¹²⁷

La edificación de la vinícola Adobe Guadalupe fue diseñado por Nassir Haghghat, arquitecto iraní el cual aprovechó las condiciones naturales para construir la hacienda, es decir, el estilo arquitectónico de Adobe Guadalupe está influenciado por la arquitectura del desierto de iraní.

- Chateau Camou. Chateau Camou fue fundada en el año de 1994, se encuentra situada en Baja California, apenas a 96 kilómetros al sur de San Diego, California. El viñedo incluye 37,5 hectáreas y se siembra Sauvignon Blanc, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot y de Cabernet Franc, tiene una producción anual de 15.000 cajas.

En Chateau Camou, recolectamos cuidadosamente nuestras uvas a mano y después las colocamos delicadamente en cestas. No más de 12 kilogramos de uvas se colocan en cada cesta para evitar machacarlas. Las uvas seleccionadas entonces fluyen a las tinas por un proceso natural de gravedad. Las uvas blancas se cosechan en la noche y siguen un proceso de maceración y pre-fermentación y la fermentación del barril en barriles franceses nuevos de roble con el "batonage sur lies" durante sus 12 meses de envejecimiento. Los vinos rojos se fermentan en tanques de acero inoxidable en temperaturas de entre 28-30 °C con la maceración larga y la fermentación maloláctica natural. Se envejecen en barriles franceses nuevos de roble de 18 hasta 24 meses en sótanos con control de temperatura y de humedad.¹²⁸

- Barón Balché. La misión de Bodegas de Barón Balché es producir los mejores vinos mexicanos que gusten a los paladares más exigentes, mejorando año con año la calidad que caracteriza los vinos de Barón Balché y ofrecer a los consumidores del vino de Barón Balché un producto de calidad.

La visión que tiene esta empresa, es trabajar con honestidad y respeto. Además de contribuir a la promoción de los vinos mexicanos entre los consumidores de vino y representar orgullosamente a los vitivinicultores mexicanos.

¹²⁷ Adobe Guadalupe Nuestra Historia. Op. Cit.

¹²⁸ Bienvenidos a Chateau Camou <http://www.chateau-camou.com.mx/espanol.htm> 30-ago-2008

Sus objetivos son los siguientes: ¹²⁹

- Producir vinos en tierras libres de plaguicidas y agroquímicos y realizar una agricultura ecológica. Producir vinos utilizando la más alta tecnología, sin aditivos, aceleradores, azúcares, chips, etc.
- Producir vinos auténticos, artesanales y finos. Seguir utilizando labores de labranza modernas, cuidando el medio ambiente y utilizando el agua en forma responsable.
- Mantener la calidad como principio supremo antes que la cantidad. Seleccionar cuidadosamente cada uno de los racimos y de las uvas que se utilizan para la producción de vino. Limpiar de agentes externos (hojas y varas) la cosecha, para mantener la calidad y pureza de los vinos.

Sus instalaciones e infraestructura le permiten elaborar aproximadamente 120,000 botellas al año, además de sus viñedos cuenta con otros lugares donde cultiva la vid.

2.6 Descripción geográfica de la región.

Los viñedos de Ensenada, Baja California, se encuentran en el área sur de la línea fronteriza que se extiende, desde Mexicali hasta Ensenada, en una posición perpendicular al océano Pacífico, por lo que tienen un buen grado de influencia marina debido a un permanente ir y venir de los vientos tierra-mar-tierra. Esta es la zona templada conocida como la franja del vino, situada entre los 30 y 50 grados de latitud norte y cuyas propiedades climáticas se conocen como las de clima mediterráneo: hay inviernos húmedos y veranos secos y templados, eso permite obtener cosechas de máxima calidad. ¹³⁰

El norte de esta zona tiene más o menos 10,000 hectáreas de cultivo y la densidad de plantación de la vid es de 3.500 pies por hectárea. Mientras que el sur cuenta con 7.000 hectáreas de cultivo.

¹²⁹ Barón balché <http://www.baronbalche.com/> 30-ago-2008

¹³⁰ Vino Mex <http://vinomex.homestead.com/bajaPresentacion.html> 2-ago-2008

Los viñedos esta situados en valles costeros en el lado oeste de la península de Baja, que da al frente del océano Pacífico. La producción principal está cerca de la frontera al sur de San Diego. Esta región se ha convertido el líder en revivir la reputación de los vinos mexicanos. El 95% del vino mexicano de calidad viene de Baja California concentrándose en el área de Ensenada.¹³¹

Ensenada, cuenta con un clima mediterráneo en términos generales. Las escasas precipitaciones son de invierno, las temperaturas son cálidas, existen muchas horas de sol. La corriente fría de California, que baja el océano pacífico por las costas de la península, funciona como reguladora de temperatura al no dejarla subir excesivamente.¹³²

El Valle de Guadalupe en Baja California, situado a una elevación de 400 metros sobre el nivel del mar y a 15 kilómetros de la costa del Pacífico, ofrece condiciones ideales para el crecimiento de la mayoría de las cepas nobles, el clima se ve dominado por escasa lluvia, y constantes brisas marinas. Veranos frescos, y viñedos de alta densidad, promueven una maduración lenta de las uvas, resultando así en un buen nivel de acidez.¹³³

Baja California se extiende de sur a norte por más de 1,200 kilómetros, sus costas con multitud de bahías y con numerosas islas cercanas tienen más puntos y ventanas al mar que países como España y Francia, sus litorales en el Pacífico y en el Mar de Cortés suman 3, 000 kilómetros con posibilidades para

¹³¹ La vitivinicultura de Baja California: Vinos de México <http://www.vinosdemexico.info/2010/08/la-vitivinicultura-de-baja-california/> 21-sep-2011

¹³² Vinisterra: el arte del buen vino. Op. Cit.

¹³³ Monte Xanic Op. Cit.

la pesca. Pero a la vez el interior de la península ha gozado de la triste fama de ser tierra pobre en extremo, donde sólo por milagros se encuentra el agua y por consiguiente son sumamente difíciles la agricultura ¹³⁴

¹³⁴ León-Portilla, Miguel. La California Mexicana : ensayos acerca de su historia. – México : UNAM, Universidad Autónoma de Baja California, 1995. – p. 33

3. Necesidades y comportamiento informativo de los vitivinicultores de Baja California. Análisis de resultados.

Para la realización de este trabajo se llevó a cabo un estudio de usuarios, el cual permite identificar la forma en que las personas o grupos usan los recursos y fuentes informativas, se seleccionó para indagar la información que necesitan y la forma en que llevan a cabo esta búsqueda los vitivinicultores en la región de Baja California.

Según datos proporcionados por la Asociación de Vitivinicultores de Baja California, son 21 empresas vinícolas asociadas a dicho organismo, aunque en folletos obtenidos en la región se mencionan algunas más.

Cabe recordar que los vitivinicultores son las personas que se dedican a procesar la uva para obtener derivados como la uva pasa, jugos, brandies y desde luego los vinos.

Por otro lado, la aplicación de la cédula de entrevista se llevó a cabo en dos etapas del día 10 al 15 de julio y del 17 al 21 de diciembre del año 2009, se pudo contactar con 14 vitivinicultores, en 5 casos se les entregó el instrumento no al enólogo sino al administrador comentando que se debía de revisar antes de entregar las respuestas para ver qué tipo de información se solicita.

Los viñedos y vinícolas en donde se les aplicó la entrevista son las siguientes:

- 1) Viñas de Liceaga.

- 2) La Casa Vieja.
- 3) Casa de Piedra.
- 4) Vinisterra.
- 5) Bibayoff.
- 6) Viñas de Pijoan.
- 7) Mogor Badán.
- 8) Viñas de Garza.
- 9) Vinícola Tres Mujeres.
- 10) Vinos Fuentes.
- 11) L. A. Cetto.
- 12) La Casa de Doña Lupe.
- 13) Barón Balché.
- 14) Vinícola Paralelo.

La cédula de entrevista se estructuró en dos partes:

- 1) Datos personales, como nombre del entrevistado, edad, profesión, puesto en la empresa y años en la misma, relación con el viñedo y cómo nace su interés por la industria del vino
- 2) Información que necesitan y fuentes o recursos a los que acuden para obtenerla, en las actividades de procedimiento, cultivo, recolección y la empresa y en general del mercado del vino.

3.1 Análisis de resultados.

Las respuestas que proporcionaron las 14 personas entrevistadas en la región de Baja California, en particular los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe, son los siguientes:

- 1) Por lo que respecta la primera parte de la cédula se obtuvieron los siguientes datos:

- Entre las profesiones o actividades de los vitivinicultores destacan las siguientes: ingeniero agrónomo, ayudante del viticultor, enólogo principal, ayudante del enólogo, agricultor, maestro normalista, bibliotecaria, biólogo.
- La edad de los entrevistados fluctúa de los 26 hasta los 56 años.
- Años en la organización, manifiestan de 4 hasta 55 años, hay quien menciona toda su vida.
- La relación que tienen con el viñedo mencionan que tiene que ver con la cosecha, encargado del viñedo, dueño, socio, enólogo.
- De cómo nace su interés por la vitivinicultura comenta que es por herencia de sus padres y abuelos, una cuestión personal.

2) En lo concerniente a la segunda parte de la cédula se pudo recabar la siguiente información que se presenta de forma resumida y sintetizada, la cual será analizada en los siguientes apartados que se presentan más adelante:

➤ Necesidades de Información:

- Requieren información sobre plagas, la industria del vino en el mundo, impuestos, conocer más de la historia de los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe, del por qué surgió la idea de cultivar la vid en la región.

➤ Comportamiento Informativo:

- Cuentan con libros, revistas, además de la información o asesoría que les proporcionan las asociaciones de vitivinicultores a las que pertenecen e Internet para buscar la información que requieren.
- Cuentan con registros sobre los acontecimientos relacionados con el viñedo, tales como el agua, plagas, temperatura.

➤ Procedimiento:

- Las personas entrevistadas realizan diversas actividades en el viñedo, es decir, desde el cuidado de la planta, la cosecha, la vinificación, la venta de sus productos. En pocos casos las personas entrevistadas tienen solo el cargo de ser los responsables del viñedo.
- La información que obtienen para realizar su trabajo es a través de la experiencia, acuden a proveedores de insumos, agrónomos, enólogos, técnicos.
- Acuden a fuentes como distribuidores, catálogos de venta, páginas de Internet, personas del medio, colegas, asesores, conferencias, libros, revistas, experiencia.
- Mencionan que de todas las actividades que realizan ninguna es más fácil o difícil que la otra y cuando no pueden llevarla a cabo acuden a otra persona que les pueda apoyar en la realización de la misma.

➤ Cultivo:

- Los problemas que surgen en el cultivo de la vid, la resuelven acudiendo al agrónomo, al enólogo, en su mayoría resuelven los problemas a través de la experiencia.
- Las hectáreas de cultivo de la vid la determinan de acuerdo al proyecto que tienen en mente.
- La forma de cultivar la vid o expandir el viñedo es de acuerdo a su experiencia, por medio de estacas, reducir el tamaño del surco.
- La variedad de uva que va a cultivar es de acuerdo al proyecto que van a realizar, o la uva que han sembrado para otra vinícola.
- La información para darle alta calidad al vino es acudir con el enólogo, de acuerdo a su experiencia.
- La información que requiere es en su mayoría acudir con el enólogo, personas que ya han realizado actividades de vendimia.
- Algunas de las personas entrevistadas manifiestan comprar uvas para completar su producción.

➤ Recolección:

- Los viticultores saben cuanta gente requieren de acuerdo a su experiencia, además de que las personas contratadas ya han realizado la actividad con anterioridad.
- La maquinaria es en su mayoría mecánica, en pocos casos es manual y para realizar las reparaciones mayores en el caso de la maquinaria mecánica se recurre a personal especializado, en pocos casos el personal de la vinícola realiza las reparaciones.

➤ Empresa:

- El nombre de la empresa está definido en su mayoría por el apellido del o de los dueños, un recuerdo familiar, el nombre en una lengua indígena.
- Por sus lecturas en revistas, libros e Internet sabe quiénes son productores de vino en el país y en el mundo.
- En su mayoría coinciden en afirmar que para establecer el precio de su vino es cubrir sus costos de producción, en el menor de los casos consideran un arte la producción del vino.
- Cuentan con asesores para el pago de impuestos y leyes que rigen a la industria vinícola.
- En su mayoría cuentan con intermediarios para la venta de sus productos, aunque ellos mismos hacen dicha actividad.
- Consideran a sus colegas no competidores, a decir de ellos, mencionan “le va bien a uno, nos va bien a todos”.
- Dependiendo del tipo de empresa, grande o pequeña, en el primero de los casos se ven con ampliación de su mercado, en el caso de los pequeños vitivinicultores piensan en conservar el mercado que tienen.
- Acuden a ferias, exposiciones para dar a conocer sus productos.

3.1.1 Necesidades de información de los vitivinicultores.

A continuación se presentan en forma más detallada, la información obtenida de la cédula de entrevista aplicada a los vitivinicultores.

Sus **necesidades de información** están relacionadas con sus actividades que realizan cotidianamente en su trabajo siendo las siguientes:

- 1) La enología.
- 2) Plantación de la vid.
- 3) La cosecha.
- 4) Cuidado del viñedo de plagas como el “gusano el soldadito”.
- 5) Supervisión del viñedo.
- 6) Proceso de vinificación.
- 7) Elaboración del vino.
- 8) Embotellado
- 9) Análisis del vino.
- 10) Embotellado
- 11) La cata.
- 12) Estrategias y comercialización del vino.
- 13) Administración del viñedo y de la empresa.
- 14) Supervisión de la parte agrícola.
- 15) Información sobre maquinaria nueva como tractores.
- 16) Promoción del vino y del viñedo en la zona de Ensenada
- 17) Elaboración de proyectos de la elaboración de vinos.

Por otro lado, los responsables de los viñedos coincidieron en señalar que en todas las partes del proceso se dan problemáticas normales, pero las solucionan acudiendo con la persona o fuente de información que consideran más adecuada para dar solución a su necesidad de información. Uno de ellos menciona que el financiamiento es para su agroindustria una de las

problemáticas para desarrollar su trabajo y que por lo tanto requieren de información sobre dicha temática para enfrentarla.

Al indagar con los responsables de los viñedos sobre su actividad estos indican que ninguna actividad es sencilla y por ello cuando requieren de información lo hacen de acuerdo a las tareas que se encuentran desarrollando.

Sobre la información que requieren para llevar a cabo las actividades de cultivo o la expansión del viñedo, se encontró que es sobre los siguientes aspectos: estacas de madera, utilización de porta injertos, densidad de plantaciones de acuerdo al agua, tamaño del tractor, la distancia entre los surcos y uso de fertilizantes.

Los vitivinicultores enfatizaron que les sería de utilidad contar con información reciente de los aspectos anteriormente mencionados para llevar a cabo sus actividades.

En relación a la variedad de uva que debe o considera cultivar, los responsables de la vinícola manifestaron que necesitan información sobre los siguientes aspectos:

- 1) Tendencias del mercado.
- 2) Proyecto que tenga en mente el dueño del viñedo o la vinícola.
- 3) Tipo de vino que se desea elaborar.
- 4) Gusto y posibilidades de la región.

- 5) Se determina desde mucho tiempo atrás, ya que contaba con el tipo de uva.
- 6) Tipo de suelo y clima.

Como se observa en estos datos los vitivinicultores requieren de información que tiene que ver con el consumidor, la región o país en que venderá sus productos.

Por lo que refiere a si utilizan maquinaria manual o mecánica con el fin de indagar si necesitan información relacionada con su operación o mantenimiento los responsables de los viñedos mencionan que usan ambos tipos de maquinaria y ellos mismos pueden solucionar su problemática, o bien, acuden con los técnicos, que son los que poseen el conocimiento y la información para solucionar los problemas que se presenten.

Para la realización de sus actividades los vitivinicultores manifiestan que sí necesitan información para el mantenimiento del equipo y acuden al técnico en caso de que sea una reparación mayor y en el caso de ser algo sencillo ellos mismos llevan a cabo el arreglo.

En caso de requerir alguna variedad de uva para completar su producción de vino, los responsables de las vinícolas manifestaron que no requieren de información en caso de adquirir uva adicional para llevar a cabo sus proyectos, esto lo tienen previsto con antelación y no al momento de la vendimia y de la elaboración del vino.

Sobre el aspecto de si venden o no alguna variedad de uva a otras bodegas, viñedos o vinícolas, los responsables mencionaron que no necesitan información en este rubro para llevar a cabo sus actividades

Los vitivinicultores requieren de información para determinar el precio de sus vinos, la información que demandan para dar un precio a sus vinos es la siguiente:

- 1) Recuperar inversión y tener una ganancia.
- 2) Costo-beneficio
- 3) Calidad.
- 4) Mercado.
- 5) Decisión personal.

Principalmente, los vitivinicultores necesitan información para recuperar su inversión y obtener una ganancia en la venta de sus productos, así como darle calidad a los mismos.

Sobre el aspecto de si saben los vitivinicultores quienes más producen vino en México, ellos manifiestan que si requieren de información para conocer las zonas vinícolas no sólo de la región, sino las demás de nuestro país, además de que si les interesa conocer las zonas vinícolas de otros países.

Los vitivinicultores de ésta región manifiestan necesitar información para desarrollar su trabajo de las zonas donde se produce vino en Baja California y en general el resto del país, así como los lugares donde se produce vino en el mundo.

Por lo que refiere a sus competidores en la producción de vino, los vitivinicultores coinciden al manifestar que si conocen a los demás productores y por ello se puede decir que la información ya la poseen para desarrollar su trabajo, algunos de ellos manifiestan que no son competidores.

Es una respuesta interesante por varios de ellos, ya que dicen que si le va bien a la zona les va bien a ellos como productores de vino.

Acerca de cómo ven el futuro de su viñedo en el cultivo, recolección y producción del vino, la información recabada es la siguiente:

- 1) Futuro promisorio.
- 2) Expansión de la compañía.
- 3) Producción con calidad, no cantidad.
- 4) Continuar con la producción artesanal.
- 5) Mantener su clientela.
- 6) Aumentar su producción, pero manteniendo su esencia.
- 7) Llevar a cabo proyectos
- 8) Futuro incierto por la escasez del agua.
- 9) Se ha elevado la temperatura.

La información que requieren pueden utilizarla a futuro la cual, les permitirá enfrentar los retos que se proponen, por ello es necesario identificar desde ahora para que puedan llevar a cabo sus diferentes proyectos.

3.1.2 Comportamiento informativo de los vitivinicultores.

En su **comportamiento informativo**, las fuentes de información que utilizan los vitivinicultores para desarrollar su trabajo es la que se presenta a continuación:

- 1) Compañías proveedores de productos.
- 2) Distribuidores
- 3) Enólogo.
- 4) Páginas de Internet.
- 5) Personas del medio vinícola.
- 6) Asesores entre los cuales se encuentran los enólogos, los agrónomos, contadores.
- 7) Conferencias y seminarios.
- 8) Libros y revistas.
- 9) Experiencia.
- 10) Colegas.

En los aspectos mencionados por los vitivinicultores se puede apreciar las fuentes a las que acuden los vitivinicultores para dar respuesta a sus necesidades de información.

Las fuentes o recursos a los que acuden en caso de requerir de información para dar solución a sus problemáticas, giran en el sentido de acudir a los proveedores, colegas, Internet y su propia experiencia, para los retos que se deben de resolver.

Las fuentes y recursos de información que utilizan los vitivinicultores para dar solución a los problemas que surgen en el cultivo de la vid, son los siguientes:

- 1) Experiencia
- 2) Enólogo.
- 3) Agrónomo.
- 4) Colegas
- 5) Libros
- 6) Internet.

En su totalidad los vitivinicultores coinciden en señalar los elementos anteriores para dar solución a las dificultades a las que se enfrentan al momento de desarrollar sus actividades.

Por lo que respecta a las hectáreas que debe cultivar para producir vino y la forma en que obtiene la información para llevar a cabo esta actividad, la obtienen de las siguientes fuentes de información:

- 1) Experiencia
- 2) Proyecto que se tenga en mente.
- 3) Catálogo de variedades de vid que requiere el mercado de los vinos.
- 4) Guías para hacer un viñedo efectivo.
- 5) Información técnica de los agrónomos que determinan los varietales.

Se puede observar que la mayoría recurre a su experiencia y en mínima parte los responsables del viñedo acuden a un agrónomo para determinar la variedad de uva que van sembrar de acuerdo al proyecto que tienen planeado.

En lo referente a la cantidad de personas que requieren para la vendimia, su procedencia, así como si necesitan estas personas de conocimientos previos

para realizar dicha actividad, la resuelven obteniendo la información para la vendimia de las siguientes fuentes:

- 1) Con base en la experiencia saben cuantas personas se requieren para la vendimia y
- 2) La oficina de reclutamiento de las personas que acuden a la vendimia, ya que saben en que fechas se lleva a cabo esta actividad. Acuden personas del valle, de Guanajuato y Sonora, Chiapas, Oaxaca
- 3) De acuerdo a la número de hectáreas.
- 4) La familia que apoya en la vendimia.

Al igual que en casos anteriores los vitivinicultores principalmente de la información obtenida de su experiencia, en el caso de la vendimia.

Sobre la información que utilizan para darle una alta calidad al vino que se produce, acuden a buscar en las siguientes fuentes de información:

- 1) Enólogo.
- 2) La relación entre agrónomo y enólogo.
- 3) Experiencia.
- 4) Familia.
- 5) Interdisciplinariedad.
- 6) Las reglas y procedimientos de sanidad en la bodega.
- 7) Los reportes de limpieza en los equipos que se utilizan.
- 8) La información relacionada con la limpieza del viñedo.

Los productores acuden al enólogo, al agrónomo y su familia para darle calidad a su vino y resolver las problemáticas que se puedan dar con las distintas etapas en la elaboración del vino, además mencionan que es importante la limpieza de la bodega, maquinaria y viñedos después de haber elaborado un producto.

Sobre aspectos relacionados con los problemas que surgen en el proceso de cultivo, vendimia y fabricación del vino, los responsables mencionaron que acuden a las siguientes fuentes y recursos de información para resolverlos:

- 1) Proveedores.
- 2) Enólogo y agrónomo.
- 3) Internet.
- 4) Bitácoras de trabajo.
- 5) Nuevas investigaciones.
- 6) Experiencia.
- 7) Colegas.
- 8) Revistas
- 9) Libros.
- 10) Asesores.

Los vitivinicultores manifiestan en su totalidad que acuden a los recursos informativos anteriormente mencionados para resolver las problemáticas que puedan surgir en la elaboración del vino.

Para dar solución a los problemas de máquinas descompuestas para la vendimia o producción del vino, acuden a las siguientes fuentes de información:

- 1) Técnicos de la empresa que les vendió el equipo.
- 2) Su experiencia, ellos mismos arreglan el equipo.
- 3) Manuales del equipo.

Sobre la información que necesitaban para definir el nombre de su marca de vino, los productores de vino no acudieron a ninguna fuente de información para resolver la problemática mencionada, ya que es un aspecto familiar o algún proyecto previo, pero acudieron a los siguientes procesos para hacerlo:

- 1) El apellido de los dueños del viñedo.
- 2) Los proyectos que se han definido con anticipación.
- 3) Lo sometieron a votación en Internet.
- 4) La variedad de la uva con la que se elaboró el vino.
- 5) Un sondeo del mercado.

Los vitivinicultores se enteran donde se vende más vino al acudir a las siguientes fuentes y recursos de información:

- 1) Proveedores.
- 2) Departamento de ventas y mercadotecnia de su empresa.
- 3) Distribuidores.
- 4) Vendedores.
- 5) Colegas.
- 6) Clientes.
- 7) El mercado de Ensenada, Ciudad de México y Guadalajara.
- 8) Revistas

Los vitivinicultores acuden en primera instancia a las personas que les proveen de la información acerca de los principales mercados de venta del vino., en segunda instancia esta su experiencia y finalmente a las revistas.

Sobre a qué fuentes o recursos de información acuden para recabar aspectos como impuestos, leyes, reglamentos o normas, que rigen en México y en otros países vinícolas, se obtuvieron los siguientes datos:

- 1) Contadores.
- 2) Asesores fiscales.
- 3) Abogados.
- 4) Ellos acuden a la legislación respectiva.

Acuden los vitivinicultores principalmente a los contadores y asesores fiscales, en este caso, no es relevante la experiencia que tengan para solucionar alguna problemática en materia de legislación.

Los medios que utilizan los vitivinicultores para dar a conocer sus vinos en México son los siguientes:

- 1) Exposiciones.
- 2) Mercados en el exterior.
- 3) Concursos.
- 4) Distribuidores.
- 5) Clientes.
- 6) Eventos de la zona.
- 7) Restauranteros.
- 8) Internet

Acerca de si tienen *contacto con algún intermediario* o algún tercero que venda o distribuya los vinos que produce, los vitivinicultores manifiestan determinado comportamiento informativo al acudir a catálogos, directorios de restaurantes, clubes de vinos u otros intermediarios para la venta de sus vinos, como fuentes y recursos de información.

Sobre el aspecto de si los vitivinicultores poseen *fuentes de información* como libros o cualquier otro documento que traten el tema del vino en la bodega, viñedo, vinícola, casa, etc., el comportamiento informativo de ellos es que si cuentan con ciertos documentos.

Se observa la importancia de contar con libros y así tener una fuente documental que les sirva de apoyo para llevar a cabo sus actividades.

Respecto a si los responsables de los viñedos tienen una *suscripción a alguna revista de vinos*, éstos manifestaron que la forma en que obtienen información es acudir a las revistas para estar informado al momento de realizar su trabajo, algunos de ellos están suscritos a ellas y las utilizan como una fuente de información.

Los vitivinicultores recurren al uso de Internet para obtener su información, pero a pesar de ello se inclinan más por el uso de libros y revistas.

Acerca de su *pertenencia a alguna asociación* de vitivinicultores, manifiestan pertenecer a la Asociación Nacional de Vitivinicultores y a la Asociación de Vitivinicultores de Baja California, con lo cual pueden obtener información acerca de la industria vinícola a través de ellas, así es como las asociaciones pasan a ser un recurso de información para ellos.

Sobre la cantidad de asociaciones relacionadas con la uva que conoce el vitivinicultor en nuestro país o en algún otro, acuden a asociaciones como la Asociación Nacional de Vitivinicultores y la Asociación de Vitivinicultores de Baja California, Provino, Organización Internacional de la Viña y del Vino, en busca de la información que requieren para el desarrollo de su trabajo.

Se observa que los vitivinicultores acuden en busca de información tanto a asociaciones nacionales como internacionales.

Sobre la forma en que se enteraron de ellas, es a través de las siguientes fuentes y recursos de información:

- 1) Colegas.
- 2) Experiencia profesional.
- 3) Contactos personales.
- 4) Mercado vinícola.
- 5) Concursos.

El principal recurso de información por el que se enteran los vitivinicultores de las asociaciones son principalmente sus colegas, su experiencia y los contactos personales.

Los vitivinicultores reciben información por parte de las asociaciones manifiestan que, pueden acercarse a ellas en caso de necesitar información adicional.

Respecto a la cantidad de *hectáreas que se cultivan* para elaborar el vino, los responsables del viñedo manifiestan que no acuden a ninguna fuente o recurso para satisfacer su necesidad de información, está en función del tamaño de la vinícola, del proyecto que hayan planeado o los convenios que realicen con otros productores.

Por lo que refiere a la información relacionada con el *clima y los suelos* para poder utilizarla en el cuidado de su viñedo, sus fuentes de información son:

- 1) Agrónomos.
- 2) Monitoreos propios.
- 3) Análisis de suelos.
- 4) Internet.
- 5) Radio
- 6) Periódico.
- 7) Estaciones meteorológicas.
- 8) Información por parte de las instituciones del gobierno aunque fuera poca.

Estos resultados coinciden con la información proporcionada por Nason y Simon, ya que los agricultores y campesinos estudiados por ellos acuden a las fuentes mencionadas anteriormente.

La información sobre las *enfermedades que pueden atacar la vid* en sus viñedos, la obtienen de las siguientes fuentes y recursos:

- 1) Agrónomos.
- 2) Bitácoras donde describen las enfermedades y las consultan cuando se requiere.
- 3) Enólogos.
- 4) Experiencia
- 5) Colegas.
- 6) Internet.
- 7) Programas de gobierno.

De igual manera los resultados obtenidos coinciden con la información proporcionada por Nason y Simon, ya que los agricultores y campesinos estudiados por ellos acuden a las fuentes mencionadas en sus artículos, a

diferencia de ellos no se menciona la experiencia ni las bitácoras, ya que esto parece ser propio de los vitivinicultores de esta región de México.

La información sobre el *cultivo de la vid, la vendimia, la producción del vino* y su comercialización, las fuentes y recursos que utilizan los vitivinicultores son:

- 1) Colegas.
- 2) Enólogos
- 3) Agrónomos.
- 4) Revistas.
- 5) Libros.
- 6) Asociaciones vitivinícolas.
- 7) Tradición familiar (padres, abuelos)
- 8) Experiencia.
- 9) Visitas a otros viñedos.

Se ratifica que los vitivinicultores acuden a libros y revistas. La información que se obtiene para este estudio es que acuden a sus colegas, los enólogos y agrónomos y la familia.

Los vitivinicultores acerca de qué tanto confían en la información que obtienen para desarrollar su trabajo, es que si confían en las distintas fuentes y recursos de información que utilizan.

Al acudir a fuentes de información como libros, revistas, colegas, familia, proveedores, los vitivinicultores tienen confianza en la información que obtienen de dichas fuentes y recursos.

Existe un comportamiento informativo peculiar e importante de los vitivinicultores y es que llevan *archivos, bitácoras o diarios* para documentar sus procesos en el viñedo, lo cual indica que estas son fuentes de información de gran valor para este grupo de comunidades agroindustriales.

Se observa que los vitivinicultores acuden frecuentemente a esta fuente de información, bitácoras y diarios de lo que acontece en el viñedo.

Acerca de si cuentan con algún documento que registre la historia y evolución del viñedo, los vitivinicultores manifiestan que al documentar sus procesos en el viñedo, vía las bitácoras que podrían considerarse como un registro histórico del mismo.

Se aprecia que los vitivinicultores sí acuden a sus propios registros como fuente de información para detallar los aspectos que consideran relevantes en la administración del viñedo.

3.2 Necesidades de información los vitivinicultores de la región de Baja California.

Por lo que respecta a las necesidades de información de las vinícolas asentadas en San Antonio de las Minas son las siguientes.

- 1) Viñas de Liceaga. Enología, análisis del vino, cata.
- 2) La Casa Vieja. Plagas, mercado del vino, mercadotecnia, historia de los valles, historia del cultivo de la uva.

- 3) Casa de Piedra. Supervisión del viñedo, elaboración del vino, estrategias de comercialización, estación meteorológica.
- 4) Vinisterra. Administración, cuidado del viñedo, cosecha, vinificación, comercialización.
- 5) Bibayoff. Administración, maquinaria, mercado del vino.
- 6) Viñas de Pijoan. Cuidado del viñedo, vinificación.
- 7) Mogor Badán. Administración, cuidado del viñedo.
- 8) Viñas de Garza. Información acerca de la escasez del agua, impuestos, información de cómo afecta el cambio climático a la vid, comercialización.
- 9) Vinícola Tres Mujeres. Cuidado del viñedo, elaboración del vino, venta y promoción.
- 10) Vinos Fuentes. Planeación, plantación, cosecha, vinificación, embotellado, venta, corchos, mercados de venta de vino, estudios de suelo, legislación, impuestos.

Mientras que las necesidades de información de las vinícolas asentadas en el valle de Guadalupe son las siguientes.

- 1) L. A. Cetto. Vinificación, tendencias del mercado
- 2) La Casa de Doña Lupe. Plantación de la vid
- 3) Barón Balché. Cuidado del viñedo, proceso de vinificación, mercado del vino, información acerca del agua.
- 4) Vinícola Paralelo. Cuidado del viñedo, vinificación, injertos, crecimiento de la vid, poda

Puede observarse por los datos mencionados anteriormente que los vitivinicultores de la región de Baja California y en particular los de los valles de san Antonio de las Minas y de Guadalupe manifiestan sus necesidades de información en forma similar.

Las diferencias que puedan suscitarse se deben a la formación de las personas entrevistadas, ya que entre ellos existen enólogos, químicos, biólogos, bibliotecarios¹³⁵, maestro normalista, ingeniero agrónomo, vitivinicultores, o bien, no tienen ningún estudio y trabajan en la vinícola por que les atrajo la uva y los vinos que con ella se pueden elaborar. Además a la actividad que desarrollan en la vinícola, ya que algunos de ellos se dedican a un proceso en especial, en la mayoría de los casos realizan o supervisan todo el proceso de la elaboración del vino.

En general los aspectos mencionados por los vitivinicultores se sintetizan en los siguientes.

1. Plantación de la vid.
2. La cosecha.
3. Cuidado del viñedo de plagas como el “gusano el soldadito”.
4. Administración del viñedo.
5. Proceso de vinificación.
6. Elaboración del vino.
7. Embotellado.
8. Análisis del vino.
9. La cata.
10. Estrategias y comercialización del vino.
11. Administración del viñedo y de la empresa.
12. Supervisión de la parte agrícola.
13. información sobre maquinaria nueva como tractores.
14. Promoción del vino y del viñedo en la zona de Ensenada.

¹³⁵ Esta persona manifiesta que su interés por el vino surge de una cuestión familiar, por ello se hizo cargo de la vinícola que perteneció a su esposo.

15. Elaboración de proyectos de la elaboración de vinos.
16. Mercadotecnia.
17. Legislación y políticas agropecuarias.
18. Políticas de mercado.
19. Historia de los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe,
20. El por qué surgió la idea de cultivar la vid en esa zona.

Cuadro 1.
NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Nombre	Plantación de la vid	La cosecha	Cuidado del viñedo.	Administración del viñedo.	Proceso de vinificación.	Elaboración del vino.	Embotellado	Análisis del vino.	La cata.	Estrategias y comercialización del vino.
Viñas de Liceaga	*	*	*							*
Casa Vieja	*	*		*	*		*	*		*
Casa de Piedra	*	*		*	*	*				
Vinisterra	*	*		*						*
Bibayoff	*	*	*				*			*
Viñas de Pijoan	*	*	*	*			*		*	*
Mogor Badán	*	*	*	*	*	*				*
Viñas de Garza	*	*		*	*			*		*
Vinícola Tres Mujeres	*	*	*		*			*		*
Vinos de Fuentes.	*	*	*	*	*				*	*

Cuadro 2.
NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Nombre	Administración de la empresa.	Supervisión de la parte agrícola	Información sobre maquinaria	Promoción del vino en Ensenada.	Elaboración de proyectos de nuevos vinos.	Mercadotecnia.	Legislación	Políticas de mercado.	Historia de los Valles.	El porqué del cultivo de la vid.
Viñas de Liceaga	*			*	*	*	*	*		
Casa Vieja	*		*					*	*	*
Casa de Piedra						*				
Vinisterra	*	*		*		*	*	*		
Bibayoff	*	*		*	*	*	*	*		
Viñas de Pijoan	*	*		*	*	*	*	*		
Mogor Badán	*	*	*	*	*	*	*	*		
Viñas de Garza	*			*	*	*	*	*		
Vinícola Tres Mujeres	*			*	*	*	*	*		
Vinos de Fuentes.	*			*	*	*	*	*		

Cuadro 3.
NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Nombre	Plantación de la vid	La cosecha	Cuidado del viñedo.	Administración del viñedo.	Proceso de vinificación.	Elaboración del vino.	Embotellado	Análisis del vino.	La cata.	Estrategias y comercialización del vino.
L.A. Cetto	*					*		*		*
Casa de Doña Lupe	*	*				*		*	*	*
Barón Balché	*			*	*			*		*
Vinícola Paralelo.	*			*	*	*		*		*

Cuadro 4.
NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Nombre	Administración de la empresa.	Supervisión de la parte agrícola	Información sobre maquinaria	Promoción del vino en Ensenada.	Elaboración de proyectos de nuevos vinos.	Mercadotecnia.	Legislación	Políticas de mercado.	Historia de los Valles.	El porqué del cultivo de la vid.
L.A. Cetto	*			*	*	*	*	*		
Casa de Doña Lupe	*			*	*	*	*	*		
Barón Balché	*	*		*	*	*	*	*		
Vinícola Paralelo.	*			*	*	*	*	*		

Cabe recordar que en el capítulo 1 se mencionó que la información que requieren los vitivinicultores para el desarrollo de sus actividades no se expresan claramente ya que no existen trabajos que aludan a dicha comunidad, pero puede inferirse de lo que necesitan los agricultores en el trabajo de Simon:¹³⁶

- 1) Información sobre siembra y cosecha.
- 2) Economía y administración de la granja.
- 3) Mercadotecnia
- 4) Direcciones de expertos.

Por su parte Nason menciona algunas necesidades de información de los agricultores, entre las que se mencionan se encuentran las siguientes temáticas:

- 1) Información sobre métodos de cultivo.
- 2) Legislación agrícola.
- 3) Tendencias del mercado.

De lo mencionado por estos autores, se observa que aunque ellos menciona aspectos muy concretos en cuanto a las necesidades de información, éstas se ven reflejadas en la comunidad de vitivinicultores de los valles estudiados, ya que se pueden agrupar en los siguientes aspectos:

- 1) Siembra.
- 2) Cuidado.
- 3) Cosecha.
- 4) Producción.
- 5) Venta.
- 6) Administración.

¹³⁶ Osei Simon K. A study of the information needs of agricultural extension agents in Ghana. – En : Quarterly Bulletin. – Vol. 51, No. 2, 2006. – p. 82

- 7) Impuestos y legislación.
- 8) Tendencias del mercado.

En lo mencionado por Nason y Simon, se aprecia que las necesidades de los vitivinicultores son similares a lo expresado por los autores mencionados al inicio del párrafo, sin embargo los integrantes de esta comunidad proporcionan más temas que son requeridos por ellos.

3.3 Comportamiento informativo los vitivinicultores de la región de Baja California.

En lo que respecta al comportamiento en la búsqueda de información no existe información o documentos de usuarios en el área vinícola, la información encontrada se relaciona con la agricultura y Simon menciona las fuentes de información a las que acuden los campesinos y granjeros: ¹³⁷

- 1) Colección personal de libros.
- 2) Contacto con colegas.
- 3) Contacto con supervisores.
- 4) Contacto con investigadores.
- 5) Sesiones de entrenamiento.
- 6) Granjeros.
- 7) Bibliotecas.
- 8) Centros de Información Agrícola.
- 9) Televisión.
- 10) Radio.
- 11) Periódicos.
- 12) Revistas.

¹³⁷ Osei Simon K. A study of the information needs of agricultural ... Op. Cit.. – p. 86

También Nason menciona algunas fuentes de información a las que acuden los granjeros y son las siguientes:¹³⁸

- 1) Recursos electrónicos para granjeros.
- 2) Radio y televisión
- 3) Publicaciones.
- 4) Servicios de cooperación.
- 5) Estaciones experimentales agrícolas.

Por lo que respecta al comportamiento informativo de las vinícolas asentadas en San Antonio de las Minas son las siguientes.

- 1) Viñas de Liceaga. Proveedores, libros, revistas, experiencia.
- 2) La Casa Vieja. Experiencia, colegas, técnicos, asesores.
- 3) Casa de Piedra. Colegas, asesores, Internet, experiencia, técnicos.
- 4) Vinisterra. Libros, revistas, conferencias, Internet, experiencia, colegas, asesores.
- 5) Bibayoff. Asesores, experiencia, libros, Internet.
- 6) Viñas de Pijoan. Libros, revistas, experiencia, agrónomo
- 7) Mogor Badán. Libros revistas, asesores, colegas, agrónomo.
- 8) Viñas de Garza. Enólogo, colegas, proveedores.
- 9) Vinícola Tres Mujeres. Colegas, proveedores, experiencia.
- 10) Vinos Fuentes. Revistas, libros, experiencia, Internet, colegas, técnicos.

Mientras que el comportamiento informativo de las vinícolas asentadas en el valle de Guadalupe son las siguientes.

- 1) L. A. Cetto. Libros, revistas, colegas, experiencia, Internet
- 2) La Casa de Doña Lupe.

¹³⁸ Nason, Lisa. "The farmers in the library: information needs of farmers ... Op. Cit.. – p. 24

- 3) Barón Balché. Libros, enólogo, técnico, ingeniero agrónomo, proveedores de productos, experiencia.
- 4) Vinícola Paralelo. Libros de su biblioteca particular, Internet, colegas, revistas

Algunas diferencias con respecto a la forma en que buscan su información, es decir su comportamiento lo manifiestan de la siguiente forma:

1. Experiencia.
2. Tienen contacto con colegas.
3. Llevan bitácoras de lo acontecido en el viñedo, tales como el agua, plagas, temperatura, etc.
4. Catálogos de proveedores.
5. Contadores.
6. Asesores fiscales.
7. Abogados.
8. Conferencias
9. Seminarios.

Cuadro 5.
COMPORTAMIENTO INFORMATIVO

Nombre	Experiencia	Colegas	Bitácoras	Catálogos de Proveedores	Contadores	Asesores Fiscales	Abogados	Conferencias	Seminarios
Viñas de Liceaga	*	*	*			*	*	*	*
Casa Vieja	*	*	*	*	*	*	*		
Casa de Piedra	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Vinisterra	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bibayoff	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Viñas de Pijoan	*	*	*	*	*	*	*		
Mogor Badán	*	*	*	*	*	*		*	*
Viñas de Garza	*	*	*	*	*		*		
Vinícola Tres Mujeres	*	*	*	*	*		*		
Vinos de Fuentes.	*	*	*	*	*	*		*	*

Puede afirmarse que los vitivinicultores de los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe manifiestan un comportamiento similar al de los agricultores, acuden a sus libros, colegas, libros revistas, Internet, asociaciones, estaciones meteorológicas.

A continuación se presenta un cuadro donde se observan las necesidades de información y el comportamiento informativo de los vitivinicultores de los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe.

CUADRO 7.

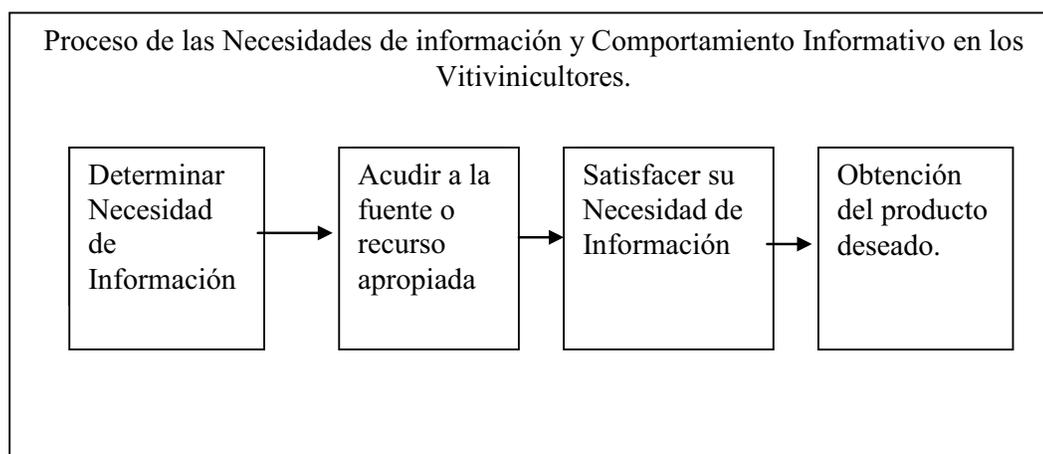
VITIVINICULTORES	
Necesidades de Información	Comportamiento Informativo
➤ Plantación de la vid.	- Experiencia.
➤ La cosecha.	- Colegas.
➤ Cuidado del viñedo.	- Bitácoras.
➤ Administración del viñedo.	- Catálogo de proveedores.
➤ Proceso de vinificación	- Contadores
➤ Elaboración del vino.	- Asesores fiscales.
➤ Embotellado	- Abogados.
➤ Análisis del vino.	- Conferencias.
➤ La cata.	- Seminarios.
➤ Comercialización del vino.	
➤ Administración del viñedo y la empresa.	
➤ Información sobre maquinaria promoción del vino y del viñedo.	
➤ Legislación y políticas agropecuarias	
➤ Políticas del mercado.	
➤ Historia de los valles.	
➤ El por qué del cultivo de la vid en esa región.	

Finalmente se propone un modelo, donde el vitivinicultor manifiesta una necesidad de información y para satisfacerla acude a las fuentes y recursos de información que tiene identificadas, ya que no acuden a bibliotecas, centros de información y/o documentación.

El cuadro presenta en forma sencilla la forma en que el vitivinicultor lleva a cabo su proceso de necesidades y comportamiento informativo:

- 1) Al tener establecidas sus necesidades de información con base en proyectos que tiene planeados con antelación y sobre todo conocimiento de las actividades que debe de llevar a cabo,
- 2) El vitivinicultor acude a la fuente de información que le permitirá tener la información para desarrollar su trabajo.
- 3) El vitivinicultor verá satisfecha su necesidad de información.
- 4) En consecuencia el vitivinicultor obtendrá el producto deseado al haber contado con la información necesaria para el desarrollo de sus actividades.

Cuadro 8



El caso de los vitivinicultores, ellos determina su necesidad con base en la actividad que vayan a realizar, sea en las actividades de siembra, cosecha, vinificación, embotellado y venta.

Con base en lo anterior el vitivinicultor decide a donde acudirá a solventar su necesidad de información, ya sea a la experiencia propia o de sus colegas, sus bitácoras, los proveedores de productos para el desarrollo de sus actividades.

La satisfacción en la obtención de la información de los vitivinicultores se ve reflejada en la obtención del producto deseado y en las metas que se han establecido previamente en la empresa.

Discusión.

A lo largo de la presente investigación se han presentado aspectos relacionados con las necesidades de información y el comportamiento informativo, se comentó que las necesidades de información son un término creado para expresar que las personas requieren de información para el desarrollo de sus diversas actividades, ya sean laborales, académicas, escolares, recreativas; mientras que el comportamiento se dijo que es la forma en los sujetos buscan su información. Además se proporcionaron definiciones proporcionadas por diferentes autores de lo que son las necesidades de información y el comportamiento informativo, así como los factores externos e internos que influyen en ambos aspectos.

Una de las dificultades para la realización del presente trabajo fue la nula información relacionado con las necesidades de información y el comportamiento informativo en la vitivinicultura, razón por la cual se buscó información relacionada con las áreas biológicas y agrícolas, donde investigadores como Kuruppu, Nason y Simon presentan sus trabajos enfocados a indagar sobre las necesidades de información y el comportamiento informativo de los agricultores.

Lo mencionado por los autores antes indicados sirvió para contar con una base y tener una referencia para comparar las necesidades de información y el comportamiento informativo de los vitivinicultores de Baja California.

Las actividades que llevan a cabo los vitivinicultores en su trabajo son: la planeación, plantación, cosecha, cuidado del viñedo, vinificación, embotellado, venta, encargado de todo el rancho, selección de la uva, maquinaria, administración, cata.

En general manifiestan las mismas necesidades para el desarrollo de sus actividades, las diferencias que pudieran darse entre ellos se debe a la actividad que realizan, ya que en algunos casos los dueños de las vinícolas llevan a cabo todos los procesos, mientras que los responsables del viñedo sólo tienen que ver con una parte del proceso. En las empresas de mayor tamaño las actividades están más definidas, mientras que en las de menor tamaño una persona es la que tiene relación con todo el proceso de la elaboración del vino.

Los vitivinicultores de la región de Baja California, manifiestan sus necesidades de información, en forma similar a lo que menciona Singh que los aspectos de los medios de comunicación se relacionan con las características de los usuarios para maximizar el impacto de los servicios que reciben, pero no menciona ninguna característica en especial.

Además como lo afirma Nason, al señalar la importancia de las actividades que realizan los agricultores en el desarrollo de las naciones y que tienen necesidades similares a las de sus colegas norteamericanos, como son el tipo

de suelo de los campos de cultivo, el clima y necesitan acceder a tecnología agrícola, obtención de créditos y mercado de precios.¹³⁹

Por lo que respecta al comportamiento informativo los vitivinicultores mencionan que: distribuidores, catálogos de venta, páginas de Internet, personas del medio, colegas, asesores, conferencias, libros, revistas, experiencia, el cual se aplica en los diferentes procesos de las actividades de la empresa.

Cuando existe algún problema en las distintas fases del proceso acuden a asesores, colegas, o su propia experiencia para resolver la dificultad que se les haya presentado.

Al momento de cuestionarles hectáreas siembran, menciona que depende de la extensión de la propiedad, lo cual influye en los proyectos que tengan en mente.

La forma en que determinan cuántas hectáreas van a sembrar para producir determinado tipo de vino depende de lo que quieren producir, el mercado, decisión propia, experimentar.

La información que requieren los vitivinicultores es sobre el clima, suelos, plagas y una de vital importancia para ellos la relacionada con el agua para el riesgo de sus vides.

¹³⁹ Nason, Lisa. "The farmers in the library: information needs of farmers ... Op. Cit. – p. 20

Dan a conocer sus productos a través de ferias, promoción directa, concursos, mercado exterior, Internet, venta en restaurantes, eventos de la zona, radio.

Tienen conocimiento del mercado en la región, en el país y en el extranjero y dependiendo de la filosofía de la empresa lo que buscan es la ampliación del mercado, o bien, tener una excelente calidad en sus productos sin importarles la venta de un número mayor de cajas de sus productos.

En caso de tener algún problema en el proceso que no pueden resolver acuden con el especialista, es decir, al técnico para que repare la maquinaria, al contador en caso de impuestos, al agrónomo en los casos del cultivo.

En su mayoría son miembros de asociaciones, lo que no pertenecen a ellas mencionan que no tiene sentido pertenecer a una asociación.

Llevan una bitácora para documentar sus procesos o eventos significativos relacionados con el viñedo y tener un parámetro para la toma de decisiones.

La forma en que se ven en el futuro es de conservar su imagen, contar con más difusión, renovarse, conservar su mercado y calidad sin perder su esencia o identidad, algunos quieren crecer como productores, otros quieren ser medianos o pequeños productores, conservar su calidad y no sacrificarla por la cantidad.

Como se mencionó anteriormente no se tienen en forma clara los factores externos que motiven sus necesidades de información y comportamiento informativo en los vitivinicultores, pero se obtuvo información que requiere el vitivinicultor para desarrollar las siguientes actividades:

- 1) Plantación de la vid.
- 2) La cosecha de la misma.
- 3) Información para combatir plagas.
- 4) Administración de la propiedad.
- 5) Vinificación.
- 6) Embotellado.
- 7) Mercadotecnia.
- 8) Legislación y políticas relacionadas con la vid.
- 9) Historia del vino en la región.
- 10) Historia de los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe.

En lo referente a los factores internos de los vitivinicultores se puede observar que guardan relación con lo expresado por Calva, ya que:

- 1) Poseen conocimientos sobre su actividad, tratan de actualizarse por medio de libros, revistas, Internet, colegas, proveedores, técnicos.
- 2) Experiencia, éste es uno de los aspectos más mencionados por la comunidad estudiada, ya que todos mencionaron este rubro.
- 3) Sus habilidades, hábitos y capacidades, los vitivinicultores ha hecho uso de la lectura, de los recursos informativos que tienen a la mano para contar con información que les ayude a la resolución de sus problemas relacionados con todo el proceso o una parte en la elaboración del vino.
- 4) Tienen intereses personales relacionados en la forma en que ven el futuro de su empresa.
- 5) Metas y objetivos que se han fijado para su vinícola, en la forma en que ven a futuro su producción, el crecimiento de la vinícola.

- 6) El nivel educativo de los responsables no ha sido un factor determinante en la forma en que conducen su viñedo, ya que ha sido en la mayoría de los casos una atracción por la vid, por el vino, lo que los ha llevado a laborar en la vinícola, o bien, establecer su propia empresa.

Por lo que respecta a las necesidades de información que Simon y Nason expresan y la información que se obtuvo de la cédula de entrevista aplicada a los vitivinicultores requieren de la siguiente información:

- 1) Cosecha.
- 2) Administración del viñedo.
- 3) Mercadotecnia
- 4) Asesores
- 5) Técnicos
- 6) Proveedores.
- 7) Métodos de cultivo
- 8) Legislación agrícola.
- 9) Impuestos.
- 10) Mercados vinícolas.
- 11) Otros productores de vino en el país y en el mundo.

Lo anterior coincide con Nason y Simon, es decir, no hay ninguna diferencia entre los datos que ellos obtuvieron y la información obtenida con los vitivinicultores, ya que se amplía el rango de temas que necesitan para el desarrollo de sus actividades.

En lo referente al comportamiento informativo de esta comunidad y tomado como parámetro a Nason y Simon, las respuestas de los entrevistados giran en torno a lo expresado por dichos autores sin tener una gran variación y como se

expresó anteriormente se amplía el rango de fuentes y recursos de información a los que acuden los vitivinicultores de Baja California, las respuestas son las siguientes:

- 1) Libros.
- 2) Revistas.
- 3) Internet.
- 4) Colegas.
- 5) Seminarios.
- 6) Técnicos.
- 7) Proveedores.
- 8) Enólogos.
- 9) Agrónomos.
- 10) Periódicos.
- 11) Contadores.
- 12) Asesores fiscales.
- 13) Radio.

De los aspectos que se mencionaron anteriormente, destaca el Internet como uno de los recursos a los que acuden los vitivinicultores.

Algunas de las diferencias que se observaron es que a diferencia de lo expresado por Nason y Simon, los vitivinicultores de los valles estudiados no acuden a los siguientes recursos y fuentes:

- 1) Biblioteca.
- 2) Televisión.

Por lo anterior los vitivinicultores tienen un comportamiento similar a lo expresado por Nason y Simon, con pequeñas diferencias, es de destacar el que no acudan a una biblioteca como centro de información establecido ya que no encuentran la información que requieren y si la hay es obsoleta.

Los vitivinicultores requieren de información para desarrollar sus productos, pero no lo hacen con el fin de obtener premios, ya que sus productos los dirigen a un público determinado, tienen en mente un mercado determinado y la obtención de un premio o reconocimiento es una distinción que le da renombre a la casa productora, en cuanto a la efectividad de la información puede considerarse que sí es efectiva ya que la información que obtienen les ha permitido lograr sus metas y objetivos en la producción del vino.

En cuanto al tamaño del productor no se percibe que la efectividad de la información se de en los grandes o pequeños productores, como se mencionó anteriormente cada uno de ellos tiene proyectos distintos y ha sido manifestado por los propios vitivinicultores al afirmar que a algunos de ellos no les interesa ser una gran empresa, sino, que sea reconocido su producto.

Por lo que respecta a las patentes, los vitivinicultores no mencionaron que fuera una herramienta en el desarrollo de su trabajo cotidiano.

Conclusiones.

Se puede observar que los vitivinicultores requieren información sobre nuevos métodos de cultivo, cuestiones legislativas y aspectos relacionados con la mercadotecnia.

De los cuestionamientos que se plantearon para la realización del presente trabajo se concluyeron los siguientes aspectos:

1. Se detectaron las necesidades de información de los vitivinicultores, que abarcan desde el cultivo de la vid, el cuidado, la cosecha, la producción, envasado y etiquetado, aspectos con los cuales se mantiene la calidad y la producción del vino.
2. No se detectó un sistema de información que preste sus servicios a esta comunidad, se estableció que acuden a su experiencia, a prestadores de servicios, distribuidores, enólogos, páginas de Internet y colegas.
3. Se ubicaron variables que intervienen en sus necesidades de información, las cuales se detallan párrafos adelante.
4. Las variables que intervienen en el comportamiento informativo de los vitivinicultores son principalmente: experiencia, enólogo, agrónomo, colegas.

Las necesidades de información que presentan los vitivinicultores de la Vid para mantener la producción y calidad del producto son:

- 1) La enología.
- 2) Plantación de la vid.
- 3) La cosecha.
- 4) Cuidado del viñedo de plagas como el "gusano el soldadito".
- 5) Supervisión del viñedo.
- 6) Proceso de vinificación.

- 7) Elaboración del vino.
- 8) Embotellado
- 9) Análisis del vino.
- 10) Embotellado
- 11) La cata.
- 12) Estrategias y comercialización del vino.
- 13) Administración del viñedo y de la empresa.
- 14) Supervisión de la parte agrícola.
- 15) Información sobre maquinaria nueva como tractores.
- 16) Promoción del vino y del viñedo en la zona de Ensenada
- 17) Elaboración de proyectos de la elaboración de vinos.

Las fuentes y recursos de información acuden los vitivinicultores de *Vitis Vinífera* al buscar la información en la región de Baja California para satisfacer sus necesidades informativas son:

- 1) Compañías proveedores de productos.
- 2) Distribuidores
- 3) Enólogo.
- 4) Páginas de Internet.
- 5) Personas del medio vinícola.
- 6) Asesores entre los cuales se encuentran los enólogos, los agrónomos, contadores.
- 7) Conferencias y seminarios.
- 8) Libros y revistas.
- 9) Experiencia.
- 10) Colegas.

Los vitivinicultores no acuden a unidades de información para satisfacer sus necesidades de información y comportamiento informativo.

Las variables que intervienen en la aparición de las necesidades de información de los productores de vino son aspectos relacionados con la cosecha, la siembra, plagas, legislación e impuestos y mercadotecnia.

Se establecieron las variables que motivan las necesidades de información de los vitivinicultores para la producción y comercialización de sus productos que son:

- 1) Experiencia.
- 2) Recursos y fuentes de información.
- 3) Tendencias del mercado.
- 4) Proyectos a futuro.
- 5) Tipo de vino.
- 6) Tipo de suelo y clima.

Se identificó la forma en que manifiestan su comportamiento informativo los vitivinicultores en la búsqueda de información de los vitivinicultores para la siembra, cosecha, procesamiento, embotellado y comercialización del producto, el cual corresponde a:

- 1) Experiencia
- 2) Enólogo
- 3) Agrónomo
- 4) Colegas
- 5) Distribuidores
- 6) Conferencias y seminarios.
- 7) Páginas de Internet.

Las conclusiones a las que se llegaron con respecto a las hipótesis son las siguientes:

La información relacionada con la industria vinícola tales como normas, regulaciones, situación geográfica no son un factor externo que determine la forma de trabajo de los vitivinicultores ya que ellos cuentan con información propia, a través de colegas, la información que les provee los distribuidores de equipos y materiales para su trabajo, su experiencia, la producción del vino en esa zona del país, así como sus bitácoras.

Por lo que respecta a la segunda hipótesis, donde se menciona que “la falta de accesibilidad a los recursos y fuentes de información y la carencia de sistemas de información para la atención de las necesidades informativas de este tipo de productores de la Vid afecta los procesos que intervienen en la producción de los derivados de esta planta”, ésta hipótesis no se pudo comprobar ya que la comunicación entre ellos permite solventar la carencia de sistemas de información.

Por lo que respecta a las preguntas de investigación, se puede concluir lo siguiente:

- 1) Se identificó el comportamiento informativo de ésta comunidad.
- 2) Se identificaron las necesidades de información de los vitivinicultores.
- 3) Se establecieron las fuentes y recursos de información a los que acuden estos usuarios de la información para la satisfacción de sus necesidades informativas.
- 4) Se ubicó situación geográfica de la región donde se encuentran los cultivos de Betis Vinífera.

En otros aspectos, se puede mencionar que no existe una biblioteca, centro de información al que puedan acudir los vitivinicultores en busca de documentos para dar solución a sus inquietudes, aunque a través de su experiencia y de los documentos que poseen en sus empresas logran resolver sus inquietudes, es necesario que cuenten con una biblioteca.

Las bibliotecas de otras instituciones no cuentan con material adecuado para apoyar las actividades de los vitivinicultores, y en caso de existir son libros de hace ya algunas décadas.

A decir de algunos vitivinicultores los programas gubernamentales no tienen la continuidad adecuada para el desarrollo de la industria de la vid.

Comentan los vitivinicultores que las páginas Web no se actualizan y/o en ocasiones es difícil la ubicación de la información.

Recomendaciones.

Después de haber realizado la presente investigación se considera pertinente realizar las siguientes recomendaciones:

- 1) Establecer un Centro de Información relacionado con la vitivinicultura y el cultivo de la vid en Ensenada, que no sólo atienda los de los Valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe ya que esta ciudad se encuentra cercana geográficamente a los valles de Santo Tomás, San Vicente, Ojos Negros, de la Grulla, la importancia del establecimiento de un centro de información radica en la importancia que el vino mexicano ha adquirido en fechas recientes y a que en ésta región se encuentran algunas de las casas productoras más importantes del país.
- 2) Adquirir por parte de las bibliotecas localizadas en la entidad, pertenecientes a Universidades e instituciones gubernamentales, los libros y revistas que puedan apoyar a esta comunidad en la realización de sus actividades.
- 3) Identificar por parte de dichas bibliotecas los materiales más adecuados en contenido y formato para proporcionárselos a dicha comunidad.
- 4) Las instituciones gubernamentales ya sean locales o federales, deben hacer más accesible la información destinada a la comunidad en general y en especial a los vitivinicultores.
- 5) Las mismas instancias que en el párrafo anterior deben de dar seguimiento a los proyectos que se inicien con este sector.

Bibliografía.

Aguilar Marco, José Luis. Misiones en la Península de Baja California. México : INAH, 1991. – 327 p.

Attfield, Simon. "Information seeking in the context of writing: a design psychology interpretation of the problematic situation". En : Journal of Documentation. Vol. 59, No. 4, 2003. – p. 432

Calva González, Juan José. Análisis de las necesidades de información documental: teoría y métodos. – Madrid : El autor, 2001. – 614 p. --(Tesis de Doctor). – Universidad Complutense de Madrid.

_____. "Las necesidades de información de los usuarios en la planeación bibliotecaria". – p. 25-30. -- En : Biblioteca Universitaria : Boletín Informativo de la Dirección General de Bibliotecas. – Vol. 6, no. 1 (1991).

_____. "Las necesidades de información de las comunidades científicas dentro del Programa de Formación de Recursos Humanos en Servicios Bibliotecarios y de Información para la Integración de la Red de Bibliotecas del Subsistema de Humanidades y Ciencias Sociales". -- p. 33-36. -- En: Investigación Bibliotecológica, Archivonomía, Bibliotecología e Información. -- Vol. 10 no. 20, (ene-jun.1996).

_____. "Las necesidades de información de la comunidad académica como base en el desarrollo de las colecciones". – En : 1er. Seminario Internacional de Desarrollo de Colecciones. – México : UNAM, CUIB, 1998. – P. 52

_____. "Las necesidades de información: la Difusión de estudios en las Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía". – En : Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía (32: 2001 Jalapa, Ver.). – p. 229-245

_____. "Identificación de las Necesidades de información de los usuarios: un estudio". – p. 207-224. – En : Revista Documentación de Ciencias de la Información. – No. 20 (1997).

_____. Las necesidades de información: su naturaleza, su manifestación y detección. – México : El autor, 1988. – 247 p. (Tesis de Maestría) – UNAM, Facultad de Filosofía y Letras.

La Casa Vieja: Barra de vinos y galería de arte. – México: La Casa Vieja, 2000?. -- Folleto

Castillo Sánchez, Octavio. "Técnicas de recolección de información Más utilizadas en los estudios de usuarios". – p. 45-59. -- En : Boletín del Departamento de Bibliotecología. – No. 16 (1987).

Cubillo, Julio. "Una investigación empírica sobre necesidades y Comportamiento informativo de usuarios del desarrollo". – p. 67-83. En : Informatio. – Vol. 1, no. 1 (1995).

Enciclopedia de México. – México : Enciclopedia de México, 2003. – 14 t.

Enciclopedia Hispánica. – Barcelona. – 2ª. Ed. – Editorial Barsa-Planeta, 2003. –

Enciclopedia universal ilustrada: europea americana. – Madrid : Espasa-Calpe, 1996.

Harris, Colin. "Necesidades de los usuarios y mercado de la información: su Importancia en el currículo de las escuelas de bibliotecología". p. 15-31– En: Revista Interamericana de Bibliotecología. – Vol. 9, no. 1 (1986).

Heine, Michael. "Modeling service-seeking behavior in an academic library: a Methodology and its application". – p. 233-247. -- En: The Journal of academic Librarianship. – Vol. 26, no. 4 (2000).

Hernández Salazar, Patricia. "La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios". -- p. 29-53. -- En : Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información. – Vol. 15, no. 30 (2001).

Izquierdo Alonso, Mónica. "Una aproximación interdisciplinar al estudio del usuario de información: bases conceptuales y metodológicas". p. 112 - 134. -- En : Investigación Bibliotecológica : archivonomía, bibliotecología e información. -- Vol. 13, no. 26 (1999).

Jofré Fuentes, Omar. "El campesino como usuario de la información". – En: Revista de la Asociación Interamericana de Bibliotecarios, Documentalistas y Especialistas en Información Agrícola. – Vol. XIV, No. 2, 1993. – 109-111 p.

Krikelas, J. "Information Seeking Behavior: Patterns and Concepts". — p. 5- 20. -- En: Drexel Library Quarterly. – Vol. 19, no. 2 (1983).

Kuhlthau, C. Carol. "A principle of uncertainty for information seeking". – p.339-355. – En : Journal of Documentation, Vol. 49, no. 4 (1993).

- Kuruppu, Pali U. "Understanding the information needs of academic scholars in agricultural and biological sciences".—p. 609-623 En: The Journal of Academic Librarianship. . Vol. 32, No. 6, 2006.
- López Franco, Fermín. Necesidades y comportamiento en la búsqueda De información de los psicólogos dedicados a la docencia. México : El autor, 2005. — 182 p. — (Tesis de Maestría). — Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras.
- Magoni, Camilo. "Historia de la vid y el vino en la península de Baja California". — Baja California, Tijuana : Universidad Iberoamericana, 2009?.—285 p.
- McKenzie, Pamela J. "A model of information practices in accounts of every day-life information seeking". — p. 19 - 40. -- En : Journal of Documentation. — Vol. 59, no. 1 (2003).
- Melgar Gil, Luis Tomás. La enciclopedia del vino. — Madrid : Ramón Llada, 2008. — 256 p. — En: Reunión Interamericana de Bibliotecarios Documentalistas Agrícolas (3ª.: 1972 Buenos Aires). — p. 1-12
- Nason, Lisa. "The farmers in the library: information needs of farmers and how the rural public library can fulfill them".—19-45 p. — En: Rural Library. — Vol. 27, No. 2, 2007. — p. 20
- Núñez Paula, Israel A. "Enfoque socio-psicológico de los niveles de existencia de las necesidades de formación e información y sus implicaciones para una metodología de estudio". — p. 21-26. — En : EIDISIS. — Vol. 2, no. 2 (1995).
- Osei Simon K. A study of the information needs of agricultural extension agents in Ghana. — p. 82-88. -- En : Quarterly Bulletin. — Vol. 51, No. 2, 2006.
- El pequeño Larousse de los vinos: los mejores vinos de América latina y el mundo.—México: Larousse, 2008. — 958 p.
- Primer seminario internacional sobre desarrollo de colecciones / María del Carmen Negrete Gutiérrez, coord.—México : CUIB, 1998. 240 p.
- Radiografía del vino mexicano / María Luisa Aguilar . — En : Día siete. — No. 419. — p. 49-63
- Sanz Casado, Elías. Manual de estudios de usuarios. — Madrid : Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1994.

- Santos Rosas, Antonia y Juan José Calva González. "Identificación de las necesidades de información de los usuarios: un estudio". – p. 207-224. – En : Revista Documentación de Ciencias de la Información. – No. 20 (1997).
- Seminario Latinoamericano sobre Formación de Usuarios de la Información y Estudios de Usuarios. – México : CUIB, 1997. – 85 p.
- Simon, Joanna. Conocer el vino. – Barcelona : Blume, 2004. – 157 p.
- Singh, K. P. "A review of research on information seeking behavior of agricultural scientist: internacional perspectivas". – 25-36 p -- En : DESIDOC Bulletin of Information technology. – Vol. 26, No. 2, 2006.
- Terminología relacionada con los estudios de usuarios". – En : Seminario Latinoamericano sobre Formación de Usuarios de la Información y Estudios de Usuarios. – México : CUIB, 1997. – p 3.
- Velázquez G., Pablo. "Las necesidades de los usuarios de la información Agrícola en América Latina.
- Vinos Francia: un recorrido por la cava y el bar. – Bogotá: Grupo Editorial Norma, c 2006. – 32 p.
- Vinos Chile: un recorrido por la cava y el bar. – Colombia : Grupo Editorial Norma, 2006. – 30 p.
- Vinos España : un recorrido por la cava y el bar. – Colombia : Grupo Editorial Norma, 2006. – 32 p.
- Vinos Italia : un recorrido por la cava y el bar. – Colombia : Grupo Editorial Norma, 2006. – 32 p.

Enlaces electrónicos.

Adobe Guadalupe Nuestra Historia

http://www.adobeguadalupe.com/esp/adobe_history_esp.html
2-ago-2008

Argentina Turistica.com : el vino en la Argentina

<http://www.argentinaturistica.com/vinosargen.htm> 4-sep-08

En auge el valle de Guadalupe, cuna del vino mexicano.

<http://erickfalcon.wordpress.com/en-auge-el-valle-de-guadalupe-cuna-del-vino-mexicano/> 1-sep-08

Baja California : la frontera Mexicana para negocios de éxito.

<http://www.investinbaja.gob.mx/industrias/alimentos.htm>
27-sep-2008

Baja California: la frontera mexicana para negocios de éxito : Ruta del vino.

<http://www.investinbaja.gob.mx/estilo/recreacion.htm#06>
27-sep-2008

Barón Balché <http://www.baronbalche.com/> 30-ago-2008

Bienvenidos a Chateau Camou

<http://www.chateau-camou.com.mx/espanol.htm> 30-ago-2008

Las buenas mesas.com <http://www.las-buenas-mesas.com/italia.html>

8-junio-2008

Caminata mensual a San Antonio de las Minas en Ensenada

<http://bajacalifornia.travel/caminata-mensual-a-san-antonio-de-las-minas-en-ensenada/> 1-sep-2008

Casa Pedro Domecq

<http://www.domecq.com.mx/historia/historia.cfm?CFID=268906&CFTOKEN=12221370> 11-sep-2008

Casa de Piedra http://www.vinomexicano.com/pagina_nueva_5.htm

2-ago-2008

Centros Públicos de Investigación. CONACYT

http://www.conacyt.mx/centros/Anuarios/2005/ANUARIO_2005_INFOTEC.pdf
4-mar-09

Comienzos de la producción vitivinícola en Argentina

<http://www.oni.escuelas.edu.ar/olimpi2000/cap-fed/vinos-argentinos/comienzos.htm> 1-sep-2008

Elaboración del vino. Las etiquetas. http://www.info-vinos.com/free_las-etiquetas.html 5-jul-2010

Escola, Eeva-Liisa. "University student`s information seeking behavior in a Changing learning environment-How are student`s information needs, seeking and use affected by new teaching methods?. – En : Information Research. – Vol. 4, no. 2 (1998). – <http://www.shef.ac.uk/~is/publications/infres/isic/eeskola.html> 11-08-2003

Fiestas de la vendimia 2008

<http://www.rutadelvino.com.mx/vinos%20y%20vinicolas.htm>

30-junio-2008

Guzmán Peredo, Miguel. El vino en México.

<http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/744-El-vino-en-M%E9xico> 2-feb-2009

Historia de la viticultura española <http://www.spainvino.com/es/history> 14-jun-2008

Hotel Adobe Guadalupe

<http://www.hotel.com.mx/mexico/baja-california/valle-de-guadalupe/3212-52225-0-1/Hotel+Adobe+Guadalupe.html> 2-ago-2008

León-Portilla, Miguel. La California Mexicana : ensayos acerca de su historia. – México : UNAM, Universidad Autónoma de Baja California, 1995. – 308 P.

Monte Xanic <http://www.montexanic.com.mx/inicio.html> 2-ago-2008

Monte Xanic: vino mexicano con hotel tailandés

<http://www.cnnexpansion.com/columnas/barbarismos/archive/2008/07/15/monte-xanic-vino-mexicano-con-hotel-tailands> 2-ago-2008

Ozenc Ucak, Nazan. "Necesidades de información y comportamiento Para la búsqueda de información entre los estudiosos de una Universidad Turca". – En : <http://www.ifla.org/IV/ifla64/041-112s.htm> 21-10-2002

Portal Ciudadano de Baja California Gobierno del estado: Historia

http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/historia/baja_california.jsp 27-sep-2008

Portal Ciudadano de Baja California : Gobierno del Estado : Municipios.

http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/municipios/ensenda.jsp 27-sep-2008

“Profesionales del vino mexicano y de las vinícolas en México”
<http://vinosdemexico.homestead.com/vincolas.html> 1-jun-2008

Restaurantes de Mexico.com.mx La vendimia: una tradición de la industria vinícola.

http://www.restaurantesdemexico.com.mx/379/Vinos_y_Bebidas_La_Vendimia__Una_Tradicion_En_La_Industria_Vinicola.html# 6-ago-2008

Secretaría de Turismo Baja California ruta gastronómica

<http://www.descubrebajacalifornia.com/gastronomia/bebias.htm>
30-ago-2008

Secretaria de Turismo Baja California: Ruta del vino.

http://www.descubrebajacalifornia.com/ruta_vino/vinedos.htm
30-jun-2008

Servicio de Información Agroalimentaria y pesquera: Sistemas Producto.

http://www.campomexicano.gob.mx/portal_sispro/index.php?portal=uva
4-oct-2008

Sistemas Producto: Perspectivas del mercado de la uva

http://www.campomexicano.gob.mx/portal_sispro/index.php?portal=uva
26-sep-2008

Tesis doctoral de economía: aproximación a la incidencia de la industria vinícola en el desarrollo económico del Valle de Guadalupe (México) y la Manchuela (España).

<http://eumed.net/tesis/2007/tesislsz/9.htm> 10-sep-2008

Tres Valles: vitivinícola

<http://www.vinostresvalles.com/quienessomos.htm>
27-ago-2008

Uva. <http://es.wikipedia.org/wiki/Uva> 19-mar-2008

Valle de Guadalupe en Wikipedia.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Guadalupe_\(Baja_California\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Guadalupe_(Baja_California))
30-junio-2008

Valle de Guadalupe y la ruta del vino.

<http://bajaviajes.com/valledeguadalupe.html>
30-jun-2008

Verema.com Geografía del vino.

<http://www.verema.com/mundo/geografia/francia/default.asp>
17-may-2008

Vinisterra: el arte del buen vino <http://www.vinisterra.com/esp/index.htm>

2-ago-2008

El vino francés : Embajada de Francia en España
http://www.ambafrance-es.org/article.php3?id_article=408
17-may-2008

Vino Mex <http://vinomex.homestead.com/bajaPresentacion.html>
2-ago-2008

Vino Mexicano <http://www.vinomexicano.com/bibayoff.htm> 2-ago-2008

Vinos <http://www.yvinos.com/articulos/crianza-reserva-gran-reserva>
5-jul-2010

Vinos Casa de Piedra <http://www.vinoscasadepiedra.com/ind2.htm>
2-ago-2008

Vinos L. A, Cetto: vinos con nombre y apellido. <http://www.lacetto.com/>
28-ago-2008

Viña de Liceaga. Historia <http://www.vinosliceaga.com/> 1-sep-2008

Viñedos Lafarga <http://www.lafargavin.com/index.html> 28-ago-2008

Vivir en argentina.com Las regiones vitivinícolas de Argentina
http://www.vivirenargentina.com/las_regiones_vitivinicas_en_argentina-286.html 5-sep-2008

Zona vinícola de Baja California.
<http://vinomex.homestead.com/bajaPresentacion.html> 30-junio-2008

Anexo 1

La asociación de vitivinicultores es la instancia que agrupa a los vitivinicultores de esta entidad federativa, sus datos son los siguientes:

C. P. Blanca Acosta: Gerente General

Dirección:

Paseo Calle Primera No. 582 Int. 208

Centro Comercial Plaza Mauina

Tel: 646 178-3038

Fax: 646 178-3038

Cel: 947-6072

Correo electrónico: fiestasvendimia@hotmail.com y brac@telnor.net

A continuación se proporciona un directorio de las vinícolas que se encuentran en los Valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe, esta información fue proporcionada por la Asociación de Vitivinicultores de Baja California.

ADOBE GUADALUPE Parcela 1-A s/n, Col. Rusa de Guadalupe, Valle de Guadalupe.

Tel: +52 (646) 155-2094

Fax: +52 (646) 155-2093

E-mail: karla@adobeguadalupe.com E-mail: trumiller@prodigy.net.mx

Sitio: www.adobeguadalupe.com

ABORIGEN Carretera Tecate-Ensenada, Km. 93.5, San Antonio de las Minas.

(Visitas previa cita)

Tel: +52 (646) 156-5268 Tel: +52 (646) 155-5260 – rancho

E-mail: aborigen@prodigy.net.mx

BARON BALCHE Cascadas 564, Playas de Tijuana. Domicilio Conocido, Valle de Guadalupe.

Tel: +52 (646) 680-2704 Tel: +52 (646) 155-2141 Vinícola -

E-mail: fiestas@baronbalche.com

E-mail: fabiolarios@baronbalche.com

Sitio: www.baronbalche.com

CASA PEDRO DOMECCO Km. 73.5 Carretera Tecate – Ensenada, Francisco Zarco, Valle de Guadalupe, B. C.

Tel: +52 (646) 155-2249 / 2254

E-mail: sebastian_suarez@adsw.com

Sitio: www.vinosdomeccq.com

CASA DE PIEDRA Carretera Tecate-Ensenada Km. 93.5, San Antonio de las Minas. (Visitas previa cita)

Tel: +52 (646) 156-5268

Tel: +52 (646) 155-5260 – rancho

Mex, D. F. +52 (55) 5273-2026

E-mail: acpiedra@prodigy.net.mx

Sitio: www.vinoscasadepiedra.com

CHATEAU CAMOU Privada Kino Sur 262-A, Centro Industrial Misión
Ensenada, B. C.

Tours: Lunes a Viernes 10:00 y 14:00 Hrs. Sábado 10:00 y 12:00 Hrs. (Para
Grupos mayores de 6 personas concertar cita).

Tel. +52 (646) 177-2221 y 177-3303

Pedidos en México D. F. +52 (55) 5540-3481

Fax: +52 (55) 5202-0262

Pedidos Ensenada: (646) 177-2221

E-mail: contacto@chateau-camou.com.mx

Sitio: www.chateau-camou.com.mx

MOGOR BADAN Km. 83.5 Carretera Tecate-Ensenada, Valle de Guadalupe.

(Tours: Previa Cita)

Tel: +52 (646) 177-1484

E-mail: abadan@cicese.mx

MONTE XANIC Oficina: Carretera Ensenada-Tecate Km. 103, Las Moras, El

Sauzal de Rdz. Ensenada, B. C. Vinícola: Calle Principal a Ejido Francisco

Zarco, Valle de Guadalupe, Ensenada, B. C.

Tours: Lunes a Viernes 9:00 -15:00 Hrs. Y sábado 9:00 -12:00 Hrs. Tels. +52

(646) 174-6155 y 174-7055 Fax +52 (646) 174 68 48

Pedidos en México D. F: +52 (55) 5545-4729 y 5545-1111

Fax: +52 (55) 5545-1113

E-mail: hbackhoff@yahoo.com E-mail: ksaenger@montexanic.com.mx

Sitio: www.montexanic.com.mx

PARRAS DE GUADALUPE Rancho El Pedregal, Valle de Guadalupe,
Ensenada, B. C.

Tel: +52 (646) 176-2659

E-mail: santaursula@vinosantaursula.com

Sitix: www.vinosantaursula.com

UNION DE PRODUCTORES DEL VALLE DE GUADALUPE Calle Principal,
Ejido El Porvenir, Ensenada, B. C. VIDES Y VINOS CALIFORNIANOS, SPR
DE RL Carretera Transpeninsular Km. 114, Carretera Ensenada – La Paz,
Ensenada, B. C.

Tel: +52 (646) 176-6186 / 177-4006

E-mail: monicalescalante@hotmail.com

E-mail: vidvinca_mx@yahoo.com

Sitio: www.roganto.com

VINISTERRA Vinícola Lerdo de Tejada y Vallarta San Antonio de las Minas,
Ensenada, B. C. Oficina en Calle 6ta. #984 – 3 Z. C. Ensenada, B. C

TEL +52 (646) 178 33 50 y 178 33 10

E-mail: vinisterra@yahoo.com

Sitio: www.vinisterra.com

VINÍCOLA XECUE Km. 89.1, Carretera Tecate-Ensenada, San Antonio de las
Minas, Ensenada, B. C.

Tel: +52 (646) 175-3830

E-mail: aceja37@yahoo.com.mx

VIÑA DE LICEAGA Oficina: López Mateos 582-214 Zona Centro, Ensenada, B. C.
C. Vinícola: Carretera Tecate-Ensenada Km. 93 San Antonio de las Minas,
Ensenada, B. C.

Tours sábados: 11:00 o previa cita

Tel. Tijuana: +52 (664) 684-1184

Ensenada: +52 (646) 178-2922 y 155-3281

México: +52 (55) 5203-6611 y 5203-6707 Fax: +52(55) 5302-8886

E-mail: info@vinosliceaga.comE-mail: claudia@vinosliceaga.com

Sitio: www.vinosliceaga.com

VITIVINÍCOLA EMEVE Vinícola: Parcela 67 San José de la Zorra, San Antonio
de las Minas, Ensenada, B. C.

Tel: +52 (664) 684-0677

E-mail: info@vinicolaemeve.com

Sitio: www.vinicolaemeve.com

VIÑAS PIJOAN Oficina: Av. Punta Banda 167, Fracc. Chapultepec, Ensenada
B. C. Vinícola: Rancho San Marcos S/N, camino Vecinal Poblado Francisco
Zarco, Ensenada, B. C.

Tel: +52 (646) 178-3482

Cel: +52 (646)171-7179

E-mail: pau_pijoan@yahoo.com

VINOS BIBAYOFF Rancho Toros Pintos, Domicilio Conocido, Valle de Guadalupe, B. C.

Tel: +52 (646) 176-1008

Fax +52 (646) 177-2722

E-mail: bibayoff@prodigy.net.mx

VITIVINÍCOLA TRES VALLES Vinícola: Calle Ignacio Comonfort y Lerdo de Tejada, San Antonio de las Minas.

Oficina: Calle 6ta. #157-2, Zona Centro, Ensenada, B. C.

Tel +52 (646) 178-8052

E-mail: tres-valles@prodigy.net.mx

Sitio: www.vinostresvalles.com

VIÑEDOS LAFARGA, S. A. DE C. V. Av. Ruiz 1242 Zona Centro, Ensenada, B. C. Viñedos: Km. 95.5 y 88.25 Carretera Tecate-Ensenada, San Antonio de las Minas / Valle de Guadalupe

Tel: +52 (646) 178-6755

Fax: +52 (646) 178-7060

E-mail: informacion@lafargavin.com E-mail: lafargavin@hotmail.com

Sitio: www.lafargavin.com

VILLA MONTEFIORI Camino a Toros Pintos, Ejido El porvenir, Valle de Guadalupe (Visitas previa cita).

Tel: +52 (646) 183-9563

E-mail: ppaoloni@villamontefiori.com.mx

VINOS TANAMA SPR de RL Km. 7.5 Carretera Federal #3 TECATE-
ENSENADA TECATE B. C.

Tel.- 01 664 621 6143

E-mail: vinostanama@vinostanama.com.mx

Sitio: www.vinostanama.com.mx

VINOS L. A. CETTO Km. 73.5 Carretera Tecate – Ensenada, Francisco Zarco,
Valle de Guadalupe, B. C.

Tel: +52 (646) 155-2264 / 2269

E-mail: cavatijuana@gpocetto.com

Sitio: www.lacetto.com

Comité Provino

Tel. +52 (646) 178-3038

E-mail: fiestasvendimia@hotmail.com

Sitio: www.fiestasdelavendimia.com

Anexo 2

A continuación se presenta la cédula de entrevista que se empleará con los vitivinicultores de los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe.

CÉDULA DE ENTREVISTA

Cédula N° _____ Lugar y Fecha _____

Nombre del Entrevistador: _____

1. Nombre del Entrevistado: _____

2. Edad: _____

3. Profesión: _____

4. Puesto Actual: _____

5. Años en la Organización: _____

6. Relación que tiene con el viñedo, bodega, cava etc. (dueño, socio, enólogo principal, encargado del viñedo, etc.)

7. Como nace su interés por el vino o la vitivinicultura.

PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en su trabajo?
2. ¿Cómo obtiene la información que necesita para hacer su trabajo?
3. Si su trabajo es un proceso ¿En qué parte de ese proceso ha tenido problemas?
4. ¿Cómo o en donde obtiene información para solucionar esos problemas?

5. ¿Hay alguna actividad que sea fácil en su trabajo?
6. Si es una actividad fácil ¿necesita información para hacerla?
7. ¿Cómo soluciona los problemas que surgen en el cultivo de la vid?
8. ¿Cuántas hectáreas cultiva para fabricar el vino?
9. ¿Cómo sabe cuántas hectáreas debe cultivar para producir el vino o producir ciertas cantidades de vino?
10. ¿Cómo determina la forma de cultivar o expandir la vid en su viñedo (sembrado de semillas, estacas, injertos, clones o experimentar nuevas variedades, fertilizantes que se pueden utilizar, crecimiento de la vid, la poda,)
11. ¿Cómo sabe cuanta gente necesita para la vendimia, de donde proceden y como asegura que tienen los conocimientos para la recolección de la vid?
12. ¿Cómo sabe que variedad de uva debe cultivar?
13. ¿Qué información utiliza para darle una alta calidad al vino que se produce?
14. ¿Con que tipo de información soluciona los problemas que surgen en el proceso de cultivo, vendimia y fabricación del vino?
15. La maquinaria que usa para fabricar el vino ¿es manual o mecánica?
16. ¿Con que información soluciona los problemas de máquinas descompuestas para la vendimia o producción del vino?

17. ¿Cómo definió el nombre de su marca de vino?
18. ¿Cómo se entera donde se vende más el vino?
19. ¿Compra alguna variedad de uva para completar la producción del vino o para la elaboración de un tipo de vino en específico?
20. ¿Vende alguna variedad de uva a otras bodegas, viñedos o vinícolas?
21. ¿Con base en que información determina el precio de los vinos que fabrica?
22. ¿Cómo sabe que impuestos, leyes, reglamentos o normas rigen en México (o en España, Francia, Chile y Argentina)?
23. ¿Qué medios usa para dar a conocer sus vinos en México? (ferias, exposiciones, concursos, mercados en el exterior, etc.)
24. ¿Tiene contacto con un intermediario o algún tercero que venda o distribuya los vinos que produce?
25. ¿Tiene libros o cualquier otro documento que traten el tema del vino en la bodega, viñedo, vinícola, casa u otro lugar?
26. ¿Está suscrito a alguna revista de vinos?
27. ¿Utiliza Internet para buscar información sobre vinos? 23, 24 y 25 indagar actualidad de la información.
28. ¿Es miembro o socio de alguna asociación?
29. ¿Cuántas asociaciones relacionadas con la uva conoce en México o en otro país?

30. ¿Cómo supo o se enteró de ellas?
31. ¿Estas asociaciones le envían información de diverso tipo sobre la vitivinicultura?
32. ¿Sabe quiénes más producen vino en México?
33. ¿Cómo sabe quiénes son sus competidores en la producción de vino?
34. ¿Cómo obtiene la información sobre el clima y los suelos para poder utilizarla en el cuidado de su viñedo?
35. ¿Cómo obtiene la información sobre las enfermedades que pueden atacar la vid en sus viñedos?
36. ¿Cómo obtiene el conocimiento sobre el cultivo de la vid, la vendimia, la producción del vino y su comercialización (escuela, de sus padres y abuelos, viajes y visitas a viñedos, libros o revistas especializados, etc)?
37. ¿Qué tanto confía en la información que obtiene para desarrollar su trabajo?
38. Tienen archivos o algún otro documento de archivo (notas, apuntes, diarios, bitácoras, etc.)
39. Tiene algún documento que registre la historia y evolución del viñedo
40. ¿Cuál es el futuro de su viñedo en el cultivo, recolección y producción del vino?.